

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

**INFORME QUE PRESENTA LA SECRETARÍA EJECUTIVA RESPECTO DEL CUMPLIMIENTO DEL ACUERDO CG32/2009 POR EL QUE SE ESTABLECEN LINEAMIENTOS, ASÍ COMO LOS CRITERIOS GENERALES DE CARÁCTER CIENTÍFICO QUE DEBERÁN OBSERVAR LAS PERSONAS FÍSICAS Y MORALES QUE PRETENDAN ORDENAR, REALIZAR Y/O PUBLICAR ENCUESTAS POR MUESTREO, ENCUESTAS DE SALIDA Y/O CONTEOS RÁPIDOS DURANTE EL PROCESO ELECTORAL 2008-2009.**

Julio 30 de 2009

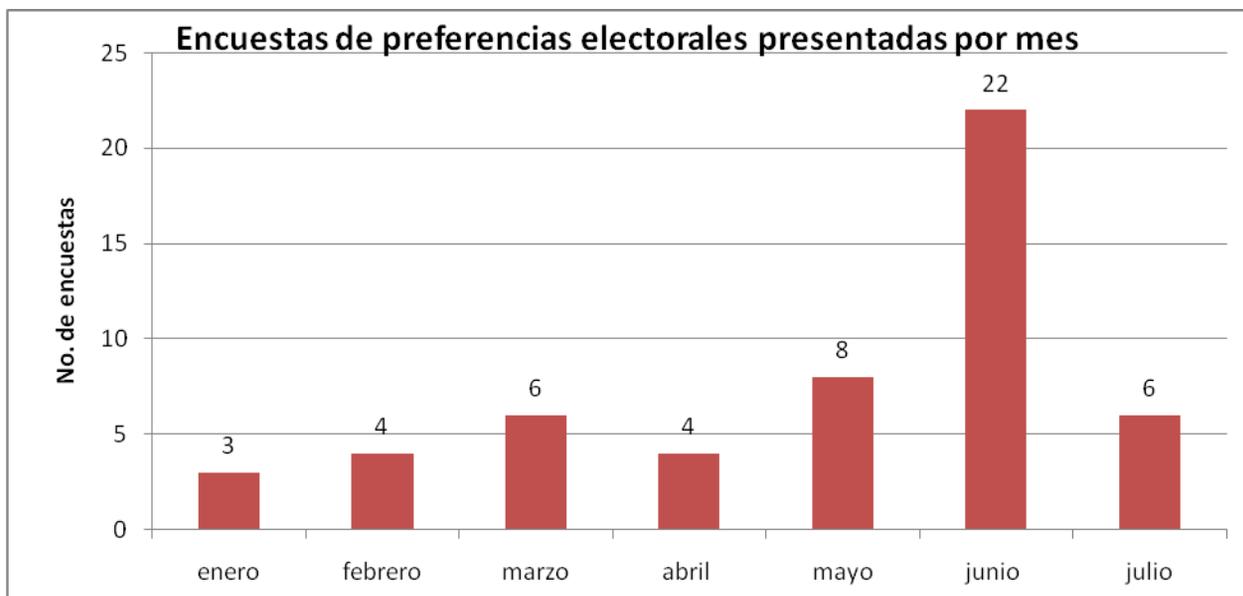
En las elecciones federales de 1994, 1997, 2000, 2003 y 2006, se aplicaron lineamientos y criterios, emitidos por esta autoridad electoral, de observancia por quienes participan en la realización y difusión de encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones. En el marco de esos lineamientos y criterios, y para las elecciones referidas, se registró la realización de 765 encuestas por muestreo.

En cuanto al proceso electoral federal 2008-2009, la norma vigente preserva la atribución de esta autoridad electoral de emitir los criterios generales de carácter científico que deberán adoptar quienes pretendan realizar encuestas por muestreo para los propósitos previamente señalados. Aunado a ello, y derivado de la reforma electoral 2007-2008, la norma electoral establece que dichos criterios deberán emitirse previa consulta con los profesionales del ramo o las organizaciones en que se agrupen. En cumplimiento de esa obligación de ley, la Secretaría Ejecutiva consultó a los integrantes de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C. (AMAI), y a profesionales del ramo no adscritos a ella, acerca de los criterios generales de carácter científico ya referidos, los días 12 de diciembre del año 2008 y el 15 de enero del año 2009.

A continuación se presenta un cuadro que resume toda la información recibida por la Secretaría Ejecutiva durante el proceso electoral, de parte de las empresas encuestadoras. Como se puede apreciar, los más importantes medios de comunicación y las empresas demoscópicas más serias, atendieron puntualmente sus obligaciones legales con el Instituto Federal Electoral.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	De salida/conteo rápida	Preferencias electorales Nacionales	Publicado en medios electrónicos	Publicado en medios impresos
Estatales	26	27		
Nacionales	25	28		
Total	48	53	14	39



## **SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

Los lineamientos y criterios aprobados tuvieron por premisas las siguientes:

- Observancia cabal a lo dispuesto en el COFIPE en materia de encuestas y sondeos de opinión por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales o las tendencias de las votaciones.
- Facilitar, a quienes son sujetos de la ley, la observancia de la misma.
- Establecer las pautas para el desarrollo de un proceso paulatino que conduzca a la auto-regulación de esa industria por sus pares, mediante el acceso público a las metodologías aplicadas en la obtención de los resultados de encuestas y sondeos por muestro.
- Que la información que en materia electoral se brinde a la ciudadanía sea fidedigna y haya sido construida con seriedad y rigor.

El acuerdo CG32/2009 establece las siguientes obligaciones:

1. Para quienes pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo.
  - Adoptar los criterios generales de carácter científico establecidos por el IFE.
  - Deberán presentar al Consejo General del Instituto Federal Electoral a solicitud del Secretario Ejecutivo, el estudio completo y las bases de datos correspondientes de la información publicada.
2. Para quienes soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales.
  - Deberán entregar copia del estudio completo, de la información publicada, al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral.
  - Se prohíbe 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 tres 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.

## SECRETARÍA EJECUTIVA

---

3. Para toda persona física o moral que pretenda realizar y publicar cualquier encuesta de salida o conteo rápido.
  - Deberá dar aviso de ello a la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral a más tardar el 29 de junio del 2009.
  - En todos los casos, la divulgación de encuestas de salida y conteos rápidos habrá de señalar clara y textualmente lo siguiente: “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”.

### **Acciones que llevó a cabo la Secretaría Ejecutiva para la difusión del citado acuerdo.**

1. Para facilitar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados, en términos del acuerdo **Segundo** del acuerdo C32/2009, el citado acuerdo y los criterios generales de carácter científico están a disposición de los interesados en la página de Internet del Instituto en la dirección:

<http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2009/Enero/29enero/CGo290109ap22.pdf>

2. Así mismo, los documentos señalados están a disposición de los interesados en las oficinas de la Secretaría Ejecutiva.
3. Por otra parte, el 5 de febrero del año en curso el Secretario Ejecutivo remitió a los profesionales de las encuestas y sondeos de opinión un correo electrónico al que se adjuntó, para su conocimiento y observancia, el citado acuerdo del Consejo General.
4. El 18 de febrero de 2009, en cumplimiento del acuerdo **Décimo Séptimo** del citado acuerdo, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el acuerdo CG32/2009.

## SECRETARÍA EJECUTIVA

---

5. Los informes que al respecto se han presentado en las sesiones ordinarias del Consejo General, correspondientes a los meses de febrero, marzo y abril de 2009, se encuentran publicados en la página de Internet del Instituto en la dirección:

[http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle\\_Procesos\\_Electorales/?vnextoid=eea9eeaacf680210VgnVCM1000000c68000aRCRD](http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Procesos_Electorales/?vnextoid=eea9eeaacf680210VgnVCM1000000c68000aRCRD)

6. Con la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública A.C. (AMAI,) y con profesionales del ramo no adscritos a esa asociación, se asistió a diversos eventos en el interior de la República, para difundir y explicar los lineamientos así como los criterios generales de carácter científico que deberán observar las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo y encuestas de salida.
7. En este mismo sentido, el Instituto Federal Electoral asistió a la presentación de la página [www.opinamexico.org](http://www.opinamexico.org), misma que es una iniciativa para concentrar los resultados de las encuestas de preferencias electorales, tanto de las empresas afines a AMAI, otras empresas de opinión y entidades públicas.

### Conclusiones.

1. A partir de febrero de este año, la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electora ha presentado al Consejo General, en sus Sesiones Ordinarias, los informes que presentaron personas físicas y morales (encuestadores) en cumplimiento al ya referido acuerdo CG/32/2009. En este último mes, hemos observado un marcado aumento en la realización de encuestas de preferencias electorales, mismo que se refleja en el presente informe. En ese mismo sentido, han sido numerosas las solicitudes para realizar conteos rápidos y encuestas de salida.
2. A través de este ejercicio se dio cuenta de 53 estudios de encuestas de preferencias electorales, cuya metodología fue debidamente entregada al Instituto.

---

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

3. Así, se puede afirmar que los encuestadores, en su generalidad, han respetado rigurosamente el marco legal relativo a la presentación de encuestas materia de las preferencias y tendencias electorales de este proceso electoral 2009. De igual forma, los encuestadores han mostrado un alto grado de cumplimiento y mucha disposición en lo relativo a la aplicación de los lineamientos y criterios científicos aplicables a las encuestas.
4. Finalmente, puede decirse que el votante mexicano cuenta con información estadística y demoscópica seria y profesional, que sin duda contribuye a construir una opinión más formada entre los votantes mexicanos.

**Encuestas publicadas.**

Con base en el último corte disponible del monitoreo de medios impresos nacionales y locales que lleva a cabo la Coordinación Nacional de Comunicación Social y los Órganos Desconcentrados del Instituto Federal Electoral<sup>1</sup>, se identifica la mención de encuestas en 183 casos. Por su parte, la Secretaría Ejecutiva ha recibido, en adición a los reportados en informes previos (39 estudios), los estudios siguientes: Beltrán y Asociados, S.C., Ocaña Consultores, Adisa Consultores, Eficaz Marketing Inteligente, S.C, Grupo Reforma, Demotecnia, División Análisis (María de las Heras, en Oaxaca)", Mitofsky, La Jornada de Oriente, Berumen, El Norte (de Grupo Reforma), Vanguardia de Saltillo, GEA-ISA, El Debate, Demotecnia, División Análisis (María de las Heras) (14) por lo que en total se han recibido 53 estudios.

A continuación se presenta cuadro resumen de los estudios recibidos.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

No	Encuesta			Fecha	Objetivo	Resultado	Adopción de criterios
	Ordenó	Realizó	Publicó				
1.	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Enero 2009	Conocer la intención de voto en el Distrito 01 de Quintana Roo.	PAN: 16% PRI: 36% PRD: 11%	<b>SI</b>
2.	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Enero 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de temas políticos a Nivel Nacional	PAN: 25.8% PRI: 33.3%, PRD: 11.7% Otros partidos: 4%	<b>SI</b>
3.	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Enero 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral a Nivel Nacional	PAN: 25.8% PRI: 33.3%, PRD: 11.7%	<b>SI</b>
4.	El Universal	Berumen y Asociados SA de CV	El Universal	9 de febrero de 2009	Conocer las preferencias electorales de la contienda 2008-2009 a Nivel Nacional	PAN: 25.1% PRI: 39.9%, PRD: 15.4%	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

5.	Grupo Reforma	Grupo Reforma	Grupo Reforma	23 febrero de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral 2009 a nivel Nacional	PAN: 29%, PRI: 41%, PRD: 17%, PVEM: 5%, PT: 4%, Convergencia: 1%, Nueva Alianza: 2%, PSD: 1%”	<b>SI</b>
6.	La Voz del Istmo	Sistemas de Inteligencia en Mercado y Opinión (SIMO)	Diario del Istmo	8 de febrero de 2009	Conocer las preferencias electorales en el Distrito Federal Electoral XI de Veracruz con cabecera en Coatzacoalcos y Nanchital de Lázaro Cárdenas del Río.	“El precandidato del PRI Iván Hillman Chapoy obtenía una ventaja en votos brutos de 22 puntos sobre su adversario, el precandidato del PAN Rafael García Bringas”	<b>SI</b>
7.	Milenio Diario	Demotecnia	Milenio Diario	2 Marzo de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral 2009 a Nivel Nacional.	PAN: 34%, PRI: 40%, PRD: 19%, Otros Partidos: 6.5%	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

8.	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Febrero 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral a Nivel Nacional	PAN: 26%, PRI: 34%, PRD: 13%	<b>SI</b>
9.	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	10 de marzo de 2009	Mostrar las tendencias electorales de algunos precandidatos para diputados federales de los ocho distritos del estado de Sinaloa	"El PRI toma ventaja en los ocho distritos electorales"	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

10.	GEA-ISA	GEA-ISA	<a href="http://www.isa.org.mx">www.isa.org.mx</a>	17 marzo de 2009	Dar seguimiento al estado de la opinión pública y las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en el territorio nacional, en particular estimar el estado de las preferencias de los ciudadanos de cara a las elecciones para diputados federales del 5 de julio de 2009.	PAN: 39%, PRI: 41% PRD: 15%, Otros: 5%”	<b>SI</b>
11.	Zacatecas en Imagen	Laboratorio de Estadística y Matemática Aplicada Universidad Autónoma de Zacatecas	Zacatecas en Imagen	Del 10 al 13 de marzo de 2009	Dar seguimiento al estado de las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en los distritos	<i>Distrito 1:</i> PAN 15.9%, PRI 15.1%, PRD 18.3%, PT 11.2% y Otros 2%. <i>Distrito 2:</i> PAN 20.9%, PRI 19.4%, PRD 12%, Otros 4.3%. <i>Distrito 3:</i> PAN 17.9%, PRI 21%, PRD 20.2%, PT 5.3% y Otros 2.7%.	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					federales electorales 1, 2, 3 y 4 del estado de Zacatecas	<i>Distrito 4:</i> PAN 14.6%, PRI 27.6%, PRD 23.8%, PT 3.3% y Otros 1.7%.”	
<b>12.</b>	El Universal	Berumen y Asociados SA de CV	El Universal	30 de marzo de 2009	Conocer las preferencias electorales de la contienda 2008-2009 a Nivel Nacional	PAN: 27.4%, PRI: 30.3% PRD: 12.2%	<b>SI</b>
<b>13.</b>	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	24 de marzo de 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral federal 2008-2009, en estado de Veracruz	PAN: 16.9%, PRI: 53.1%, PRD: 2.5% , Otro: 1.2%	<b>SI</b>
<b>14.</b>	Comité Directivo Estatal del PRI en Veracruz	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Abril de 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral 2008-2009, en el Distrito Federal Electoral XVI (cabecera: Córdoba)	PAN: 19.4%, PRI: 43.5%, PRD: 3.8% , Convergencia: 1.8%, Otro: 3.4%	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

15.	Parametría	Parametría	<a href="http://www.parametria.com.mx">www.parametria.com.mx</a>	Abril de 2008	Evaluación de la intención de voto en el electorado y opinión sobre las elecciones de diputados federales del 5 de julio de 2009.	PAN: 23%, PRI: 27%, PRD: 12%, PVEM: 2%, PT: 2%, Convergencia: 1%, Nueva Alianza: 1%, PSD: 0%	<b>SI</b>
16.	Grupo Reforma	Grupo Reforma	Grupo Reforma	30 de abril de 2009	Medir la intención de voto y las opiniones políticas de los electores con miras a las elecciones para diputados federales del 5 de julio de 2009.	PAN: 32%, PRI: 37%, PRD: 15%, PVEM: 9%, PT: 3%, Convergencia: 1%, Nueva Alianza: 2%, PSD: 1%”	<b>SI</b>
17	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Abril de 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral 2008-2009.	PAN: 26.2%, PRI: 31.4%, PRD: 14.8%, Otro 5.9%	<b>SI</b>
18.	El Universal	Berumen y Asociados SA	El Universal	11 de Mayo de	Conocer las preferencias	PAN: 26.8%, PRI: 32.6%,	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

		de CV		2009	electorales de la contienda 2008-2009.	PRD: 9.5%”	
<b>19</b>	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	18 de Mayo de 2009	Mostrar las tendencias electorales de algunos candidatos a diputados federales de los ocho distritos del estado de Sinaloa	“El PRI aventaja en siete distritos electorales, el PAN en uno”	<b>SI</b>
<b>20</b>	Periódico Últimas Noticias (Tamaulipas)	Confirma Marketing Consulting	Periódico Últimas Noticias	20 de mayo de 2009	Conocer la opinión con respecto a los actores principales en la próxima jornada electoral.	Intención de voto (votantes probables) “PAN: 18.50%, PRI: 46.0%, PRD: 1.25%”, No sabe: 12.5 %.	<b>SI</b>
<b>21</b>	Grupo Reforma	Grupo Reforma	Grupo Reforma	29 mayo de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral 2009 a nivel Nacional	PRI: 37%, PAN: 31%, PRD: 16%, PVEM: 6%, PT: 4%, Nueva Alianza: 2%, Convergencia: 3%, PSD: 1%”	<b>SI</b>
<b>22</b>	Milenio Diario	Demotecnia, División de Análisis (Ma. De las Heras)	Milenio Diario	3 junio de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada	PAN 21%, PRI 25%, PRD 11%, PVE.M 4%, PT 2%, CONV 1%, PSD 1%, PNA 1%, NO SABE-	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					electoral 2009 a Nivel Nacional.	NO VOTARÍA 34%.
<b>23</b>	Zacatecas en Imagen	Laboratorio de Estadística y Matemática Aplicada Universidad Autónoma de Zacatecas	Zacatecas en Imagen	30 de mayo de 2009	Dar seguimiento al estado de las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en los distritos federales electorales 1, 2, 3 y 4 del estado de Zacatecas	<i>Distrito 1:</i> PAN 15.9%, PRI 15.1%, PRD 18.3%, PT 11.2% y Otros 2%. <i>Distrito 2:</i> PAN 20.9%, PRI 19.4%, PRD 12%, Otros 4.3%. <i>Distrito 3:</i> PAN 17.9%, PRI 21%, PRD 20.2%, PT 5.3% y Otros 2.7%. <i>Distrito 4:</i> PAN 14.6%, PRI 27.6%, PRD 23.8%, PT 3.3% y Otros 1.7%.”
<b>24</b>	GEA-ISA	GEA-ISA	<a href="http://www.isa.org.mx">www.isa.org.mx</a>	5 junio de 2009	Dar seguimiento al estado de la opinión pública y las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en el territorio nacional.	PAN 30.6%, PRI 29.4% y PRD 12%, Otros 4.6%, Indefinidos 23.4%. <b>SI</b>
<b>25</b>	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	6 de junio de 2009	Mostrar las tendencias electorales de algunos	““El PRI tiene ventaja en 6 distritos electorales, el PAN adelanta 1 y otro está en empate técnico.” <b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					candidatos a diputados federales de los ocho distritos del estado de Sinaloa	
<b>26</b>	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Mayo de 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral 2008-2009.	PRI 34.4%, PAN 31.6% y PRD 15.3%, PVEM 5.2%, PT 2.4%, PNA 2.2%, CONV 2.0%, PSD 0.7, No declara 7.2%” <b>SI</b>
<b>27</b>	Mitofsky (Quintana Roo)	Mitofsky	www.consulta.com.mx	Mayo de 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral 2008-2009, en 3 distritos de Quintana Roo.	PRI mantiene distancia de los demás partidos. <b>SI</b>
<b>28</b>	El Universal	Berumen y Asociados SA de CV	El Universal	10 de junio de 2009	Conocer las preferencias electorales de la contienda 2008-2009 a Nivel Nacional	Intención de voto (votantes probables) “PAN: 24.6%, PRI: 31.9%, PRD: 12.3%” <b>SI</b>
<b>29</b>	Enfoque Informativo	Berumen y Asociados SA	Enfoque Informativo Nayarita	10 de junio de 2009	Conocer las preferencias electorales de	Intención de voto (votantes probables) “PAN: 9.4%, PRI: 32.6%, <b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Nayarita	de CV (Nayarit)			la contienda 2008-2009 en el distrito federal 2 del Estado de Nayarit.	PRD: 30.6%”
<b>30</b>	Por Esto, de Quintana Roo	Compañía Editora Nuestra América S.A de C.V	Por Esto, de Quintana Roo	6 de junio de 2009	Obtener una muestra representativa de la opinión ciudadana con intención de participar en la elección entre los 6 candidatos que competirán para elegir Diputado Federal del Distrito 01 del Estado de Quintana Roo.	“PAN 18%, PRI-PVEM 30%, PRD 5%, PT 1%, CONV 1%, PANAL 0%, PSD 0%, No contesta 38%” <b>SI</b>
<b>31</b>	Intolerancia Puebla	Buró de Estrategias y Análisis de Poder.	Intolerancia Puebla	26 de mayo de 2009	Desarrollar un diagnóstico general de clima político en los distritos electorales	“PAN 25%, PRI 28%, PRD 6%, PT 1%, PVEM 1%, CONV 2%, PANAL 1%, PSD 1%, Ninguno 12%, No sabe 15%, No contesta 7%,Otro 1%” <b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					federales que corresponden a la Ciudad de Puebla.	
<b>32</b>	El Norte	Grupo Reforma	El Norte	8 de junio de 2009	Medir la intención de voto y las opiniones políticas de los electores con miras a las elecciones para diputado federal en el Estado de Nuevo León.	Congreso "PRI: 37%, PAN: 36%, Otros 8% Indecisos 19%" <b>SI</b>
<b>33</b>	La Jornada de Oriente	La Jornada de Oriente	La Jornada de Oriente	13 de junio de 2009	Mexicanos de 18 años o más que residen en viviendas particulares del municipio de Puebla y que cuentan con credencial de elector correspondiente a ese municipio.	"PAN 20.3%, PRI 21.0%, PRD 8%, PT 1.8%, PVEM 0.9%, CONV 1%, PANAL 0%, PSD 0.2%, Ninguno 23.6%, No sabe/no contesta 23.1%" <b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>34</b>	Milenio Diario	Gabinete de Comunicación Estratégica	Milenio Diario	15 de junio de 2009	Indagar sobre el conocimiento, percepción y expectativas sobre el proceso federal electoral de 2009, así como las preferencias electorales.	PAN 27.1%, PRI 42.5%, PRD 18.4%, y Otros 10.0%, NS/NC 2.2%”	<b>SI</b>
<b>35</b>	Milenio Diario	Gabinete de Comunicación Estratégica (Coahuila)	Milenio Diario	16 de junio de 2009	Indagar sobre las preferencias electorales en Coahuila	Dtto. V: PAN 18.2%, PRI 28.5%, PRD 1.8%, Otros 2.5%, NS/NC 36.2%, Ninguno 12.8%”  Dtto. VI: PAN 18.8%, PRI 26.8%, PRD 1.0%, Otros 3.7%, NS/NC 38.4%, Ninguno 11.3%”	<b>SI</b>
<b>36</b>	Grupo Reforma	Grupo Reforma	Grupo Reforma	17 junio de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral 2009 a nivel Nacional	“PRI: 37%, PAN: 33%, PRD: 16%, PVEM: 6%, PT: 3%, Nueva Alianza: 2%, Convergencia: 2%, PSD: 1%”	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

37	Por Esto, de Quintana Roo	Compañía Editora Nuestra América S.A de C.V	Por Esto, de Quintana Roo	17de junio de 2009	“ Obtener una muestra representativa de la opinión ciudadana con intención de participar en la elección entre los 6 candidatos que competirán para elegir Diputado Federal del Distrito 03 del Estado de Quintana Roo.	“PAN 13%, PRI-PVEM 25%, PRD 5%, PT 11%, CONV 0%, PANAL 1%, PSD 0%, No contesta 45%”	<b>SI</b>
38	Vanguardia de Saltillo	Vanguardia de Saltillo	Vanguardia de Saltillo	10 y 11 de junio de 2009	Conocer la tendencia electoral de la contienda electoral 2009.	Con una holgada ventaja en los siete Distritos Electorales del estado, los candidatos del PRI encabezan las preferencias electorales rumbo a los comicios del 5 de julio	<b>SI</b>
39	Grupo Reforma	Grupo Reforma (2 distritos del DF)	Grupo Reforma	19 junio de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral 2009	Distrito X “PRI: 19%, PAN: 37%, PRD: 31%, PVEM: 5%, PT/CON 5%, Nueva Alianza: 1%, PSD: 2%”	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					de dos distritos del DF.	Distrito XV "PRI: 13%, PAN: 49%, PRD: 20%, PVEM: 7%, PT/CON 6%, Nueva Alianza: 2%, PSD: 3%"	
40	Samuel Cantón Zetina	Mar de Fondo	Beltrán y Asociados	Junio 2009	Conocer la preferencia de los ciudadanos del Distrito Federal I en el estado de Quintana Roo.	"PRI: 51%, PAN: 31%, PRD: 14%, PVEM: 2%, Otros: 2%"	<b>SI</b>
41	Francisco Ávila Camberos	Ocaña Consultores	Notiver, Imagen, Diario AZ.	Junio 2009	Medir la intención del voto de los residentes del Distrito No.12 de Veracruz.	PRI: 44.3%, PAN: 49.0%, PRD: 1.3%, PVEM: 0.8% , Convergencia: 4.3%, PSD: 0.2%"	<b>SI</b>
42	Adisa Consultores	Adisa Consultores	El Sol de Tampico	Junio 2009	Construcción de indicadores de las preferencias electorales por partido y candidatos al cargo de diputado federal por el Distrito VII de	"PAN 40.50%, PRI 53.50%, PRD 5.45%, PT 0%, PVEM 0.20%, PANAL 0.35%, PSD 0%"	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					Tamaulipas.	
43	Editora Diario Ecos de la Costa	Eficaz Marketing Inteligente	Diario Ecos de la Costa	22 de junio de 2009	Conocer la intención de voto actual de los colimenses por los diversos candidatos a Diputados Federales.	“PAN: 27%, PRI: 40%, PRD: 1%, PSD: 2%, PVEM: 0%, PANAL: 1%, CONV: 5% Ninguno: 24 %”. <b>SI</b>
44	Grupo Reforma	Grupo Reforma	Grupo Reforma	1 julio de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral 2009 a nivel Nacional	“PRI: 38%, PAN: 33%, PRD: 14%, PVEM: 7%, PT: 3%, Nueva Alianza: 2%, Convergencia: 2%, PSD: 1%” <b>SI</b>
45	Diario el Imparcial	Demotecnia, División de Análisis (Ma. De las Heras)	Diario el Imparcial	25 junio de 2009	Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral de este año 2009 para el Estado de Oaxaca.	El PRI con amplia ventaja en los once distritos federales de Oaxaca. <b>SI</b>
46	Mitofsky	Mitofsky	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>	Junio de 2009	Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral 2008-2009.	“PRI 37.4%, PAN 32.2% y PRD 14.7%, PVEM 5.3%, PT 4.9%, PNA 2.0%, CONV 2.1%, PSD 1.4 <b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

47	La Jornada de Oriente	La Jornada de Oriente	La Jornada de Oriente	17 de junio de 2009	Mexicanos de 18 años o más que residen en viviendas particulares del municipio de Puebla y que cuentan con credencial de elector correspondiente a ese municipio.	“PAN 21.5%, PRI 17.4%, PRD 7.4%, PT 1.2%, PVEM 2.3%, CONV 1.6%, PANAL 0.3%, PSD 0.2%, Ninguno/No sabe/no contesta 48.3%”	<b>SI</b>
48	El Universal	Berumen y Asociados SA de CV	El Universal	3 de julio de 2009	Conocer las preferencias electorales de la contienda 2008-2009.	Intención de voto (votantes probables) “PAN: 23.8%, PRI: 29.9%, PRD: 10.8%”, Otros: 6.8%, No declaró 28.7%	<b>SI</b>
49	El Norte	Grupo Reforma	El Norte	1 de julio de 2009	Medir la intención de voto y las opiniones políticas de los electores con miras a las elecciones para diputado federal en el Estado de	“PRI: 49%, PAN: 41%, Otros 10%”	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

					Nuevo León.	
50	Vanguardia de Saltillo	Vanguardia de Saltillo	Vanguardia de Saltillo	1 de julio de 2009	Conocer la tendencia electoral de la contienda electoral 2009.	El PRI arrasaría en los Distritos Electorales del estado. <b>SI</b>
51	GEA-ISA	GEA-ISA	<a href="http://www.isa.org.mx">www.isa.org.mx</a>	3 julio de 2009	Dar seguimiento al estado de la opinión pública y las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en el territorio nacional.	“Del total de entrevistados: PAN 32%, PRI 34% y PRD 18%, PVEM 4%, PT 4%. PT 1%, CONV 1%, PANAL 1%, PSD 1%, ANULARÁN 5%.” <b>SI</b>
52	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	El Debate (Sinaloa)	30 de junio de 2009	Mostrar las tendencias electorales de algunos candidatos a diputados federales de los ocho distritos del estado de Sinaloa	“De ser hoy las elecciones, el PRI ganaría en 6 distritos.” <b>SI</b>
53	Milenio Diario	Demotecnia, División de	Milenio Diario	1 julio de 2009	Conocer las preferencias	PAN 30%, PRI 35%, PRD 15%, PVE.M 8%, <b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Análisis (Ma. De las Heras)		electorales para la jornada electoral 2009 a Nivel Nacional.	PT 3%, CONV 2%, PSD 2%, PNA 3%, Anularía 2%.
--	-----------------------------	--	--------------------------------------------------------------	----------------------------------------------

A continuación se detallan los estudios que en el periodo que se reporta fueron entregados a la Secretaría Ejecutiva, mismos que fueron la base de las correspondientes encuestas publicadas.

Beltrán y Asociados, S.C. (BGC)			16 de junio de 2009
<b>Metodología</b>	Objetivo	Conocer la preferencia de los ciudadanos del Distrito Federal I en el estado de Quintana Roo.	
	Marco muestral	Los directorios telefónicos blancos de los municipios que integran el Distrito Federal I en el estado de Quintana Roo.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Mexicanos adultos (de 18 años o más) que viven en el Distrito Federal I en el Estado de Quintana Roo y que cuentan con servicio telefónico en su hogar.
		Procedimiento de selección de unidades	Los datos reportados son estimadores de confianza y en su cálculo se consideraron factores de ajuste por desviaciones de los parámetros poblacionales de sexo y edad obtenidos del conteo de 2005.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Tamaño y forma de obtención de la muestra	La encuesta consta de 600 entrevistas efectivas a personas mayores de 18 años. Los números telefónicos que integran la muestra se generaron mediante un muestreo sistemático de arranque aleatorio a través del sistema CATI.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Con un nivel de confianza de 95%, la encuesta tiene un margen de error estimado inferior al 7%.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	La no respuesta a la preferencia electoral es de 53%. Para la estimación de la preferencia efectiva se considera que la no respuesta se distribuye aleatoriamente por lo que se elimina del cálculo.
Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total 46%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	La información se captura en línea mediante el sistema CATI (Computer Assited Telephone Interview)
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Una vez recopilada la información se procede a validar la base de datos vía programas informáticos diseñados en el lenguaje Visual

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Fox. Finalmente se realizan las estimaciones pertinentes acordes al diseño muestral mediante programas propios diseñados para tal propósito.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Visual Fox y SPSS versión 15.0
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	“PRI: 51%, PAN: 31%, PRD: 14%, PVEM: 2%, Otros: 2%”
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	5 al 7 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	15 de junio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	MAR DE FONDO, Cantón Zetina en Internet. Plaza San Angel Inn, Av. Acanceh, Despacho 12, Mza 3, SP 15, Cancún Quintana Roo, México 77500. Página Electrónica <a href="http://www.mardefondo.com.mx">www.mardefondo.com.mx</a>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	Samuel Catón Zetina.
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	BGC, Ulises Beltrán y Asociados
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	MAR DE FONDO
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

**Ocaña Consultores**

23 de junio de 2009

<b>Metodología</b>	Objetivo	Medir la intención del voto de los residentes del Distrito No.12 de Veracruz.	
	Marco muestral	Población mayor de edad residente del Distrito No.12 de Veracruz, con credencial de elector.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos residentes del Distrito No. 12 de Veracruz con credencial para votar.
		Procedimiento de selección de unidades	Muestreo demográfico estratificado. Muestreo Aleatorio
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	En total se realizaron 1,249 entrevistas personales, cara a cara, en la vivienda de las personas seleccionadas.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Margen de error estadístico +- 2.77%.
	Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	La probabilidad de no respuesta (no ocurrencia) es de 50%	
	Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas "cara a cara".	
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?		

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	“PRI: 44.3%, PAN: 49.0%, PRD: 1.3%, PVEM: 0.8% , Convergencia: 4.3%, PSD: 0.2%”
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	20 y 21 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	23 de junio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Notiver, Imagen, Diario AZ.
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	Francisco Ávila Camberos
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	Ocaña Consultores
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	Notiver, Imagen, Diario AZ
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

## Adisa Consultores

15 de julio de 2009

<b>Metodología</b>	Objetivo	Construcción de indicadores de las preferencias electorales por partido y candidatos al cargo de diputado federal por el Distrito VII de Tamaulipas.	
	Marco muestral	277,834 ciudadanos incluidos en la lista nominal del IFE.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	La encuesta se diseñó para realizar entrevistas a ciudadanos mayores de edad con credencial de elector que aparecen en la lista nominal de su correspondiente distrito federal electoral.
		Procedimiento de selección de unidades	Se construyó una cartografía electoral basada en el número de votantes que existen en el Distrito VII de Tamaulipas, tomando como base la lista nominal del IFE.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	En total se entrevistaron 761 personas.
	Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada	Dado el valor de $k=1.96$ empleado, se tiene que con un tamaño de muestra de 672 encuestas efectivas se tiene un nivel de confianza de 95%.	

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

distribución de preferencias o tendencias	El error muestral en este diseño es de 3.7%.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	La frecuencia de la no respuesta fue entonces de= 761-672= 89
Tasa general de rechazo a la entrevista	11.69%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Las entrevistas se realizaron persona a persona.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fuera la elección para Diputado Federal de su distrito, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Microsoft Excel 2007.
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	<b>SI</b>
<b>Principales resultados</b>	“PAN 40.50%, PRI 53.50%, PRD 5.45%, PT 0%, PVEM 0.20%, PANAL 0.35%, PSD 0%”

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?	SI
¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?	SI
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Junio de 2009
Fecha de publicación de la encuesta	8 de junio de 2009
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Diario El Sol de Tampico
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Diario El Sol de Tampico
¿Quién patrocinó la encuesta?	
¿Quién solicitó la encuesta?	ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Adisa Consultores Av. Tamaulipas 716 Altos, CP. 89000 Zona Centro de Tampico Tamaulipas.
¿Quien realizó la encuesta?	ídem

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

<b>¿Quién publicó la encuesta?</b>	El Sol de Tampico
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

## Eficaz Marketing Inteligente, S.C

22 de junio de 2009

<b>Metodología</b>	Objetivo	Conocer la intención de voto actual de los colimenses por los diversos candidatos a Diputados Federales.	
	Marco muestral	Electores mayores de 18 años en sus domicilios particulares residentes del estado de Colima, con credencial de elector vigente.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	En los 6 municipios del Distrito I en Colima: 410 en Colima, 400 en Villa Álvarez y 100 en 4 municipios más.
		Procedimiento de selección de unidades	Aleatoria simple para elegir las personas, las manzanas y las secciones electorales.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	El tamaño de la muestra fue de 1,210 entrevistas.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias		+/- 3% de margen de error y 96% de confiabilidad.	

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total: no legible
	Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
	Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir Diputados Federales por su distrito, ¿Por cual de los siguientes diputados votaría?
	Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>		SI
<b>Principales resultados</b>		Intención de voto (votantes probables) "PAN: 27%, PRI: 40%, PRD: 1%, PSD: 2%, PVEM: 0%, PANAL: 1%, CONV: 5% Ninguno: 24 %.
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>		SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene estimaciones de resultados, pronósticos de votación o cualquier otro parámetro</b>		SI

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la encuesta?</b>	
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	21 al 26 de mayo de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	18 de junio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Diario Ecos de la Costa
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	Diario Ecos de la Costa
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	Editora Diario Ecos de la Costa
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	Eficaz Marketing Inteligente S.C, Laureles No. 564, Col. Viveros, Colima, Colima.
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

Grupo Reforma		
1 de julio de 2009		
<b>Metodología</b>	Objetivo	Medir la intención de voto y las opiniones políticas de los electores con miras a las elecciones para diputados federales del 5 de julio de 2009.
	Marco muestral	Listado de secciones electorales definidas por el IFE.
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo
		Procedimiento de selección de unidades
		Mexicanos adultos (de 18 años o más) que viven en el territorio nacional y que tienen credencial para votar vigente.
		La muestra fue seleccionada en múltiples etapas. Primero se seleccionaron de manera probabilística 101 puntos de levantamiento correspondientes a las secciones electorales del IFE, previamente estratificadas por el criterio urbano-rural. En segundo lugar, en cada punto se seleccionaron aleatoriamente manzanas utilizando la cartografía disponible del mismo IFE. En tercer lugar, en cada manzana se seleccionaron hogares de forma aleatoria sistemática. Por último, en cada hogar se seleccionó a un entrevistado siguiendo cuotas de sexo y edad.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Tamaño y forma de obtención de la muestra	En total se realizaron 1,515 entrevistas personales, cara a cara, en la vivienda de las personas seleccionadas. En cada uno de los 101 puntos de levantamiento, correspondientes al mismo número de secciones electorales, se hicieron 17 entrevistas.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Con un nivel de confianza de 95%, la encuesta tiene un margen de error estimado de +- 2.5% para el total de la muestra (n=1,515), y de +- 2.9% para los 1164 entrevistados que contestaron a la pregunta electoral.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Los resultados publicados se obtienen directamente de la encuesta, recalculando el porcentaje efectivo de intención de voto sin considerar a quienes no declararon preferencia, que en este caso fue de 23 por ciento.
Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total 32%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 1,515 entrevistados con credencial para votar, de los cuales 1,164

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	<p>declararon su preferencia electoral. Con un nivel de confianza de 95 por ciento, el margen de error de la encuesta para los resultados totales es de +/-2.5 por ciento y +/-2.9 para el porcentaje efectivo de quienes declararon preferencia electoral.</p>
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios y SPSS versión 15.0
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	“PRI: 38%, PAN: 33%, PRD: 14%, PVEM: 7%, PT: 3%, Nueva Alianza: 2%, Convergencia: 2%, PSD: 1%”
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	26 al 28 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	1 de julio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Grupo Reforma Consorcio Interamericano de Comunicación SA de CV Av. México Coyoacán No. 40 Col. Santa Cruz

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Atoyac, México DF, CP 03310 Tel: (55)56287100 Correo electrónico: cartas@reforma.com
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	ídem
¿Quién solicitó la encuesta?	ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	ídem
¿Quién realizó la encuesta?	ídem
¿Quién publicó la encuesta?	ídem
¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?	SI

## Consulta Mitofsky

30 de junio de 2009

**Metodología**

## Objetivo

Mostrar el comportamiento de la opinión pública acerca de la contienda electoral 2008-2009.

## Marco muestral

Listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2006.

## Diseño Muestral

## Definición de la población objetivo

Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares.

## Procedimiento de selección de unidades

De manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño PPT.

## Tamaño y forma de obtención de la muestra

2,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.

200 secciones electorales en todo el territorio nacional. En cada sección se escogieron dos manzanas (o grupos 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.

## Calidad de la estimación:

Cada porcentaje tiene su propio error asociado,

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el +/- 2.2%.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Se incluye en los resultados la frecuencia de la no respuesta.
Tasa general de rechazo a la entrevista	2008: Octubre 53.8%, Noviembre 57.5%, Diciembre 48.9%.  2009: Enero 47.1%, Febrero 57.8%, Marzo 55.7%, Abril 59%. Mayo 62%; Junio 50%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Y si el día de hoy fueran las elecciones para Diputado Federal, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	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 selección en

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	muestra.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	“PRI 37.4%, PAN 32.2% y PRD 14.7%, PVEM 5.3%, PT 4.9%, PNA 2.0%, CONV 2.1%, PSD 1.4
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	25 al 28 de junio
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	junio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	www.consulta.com.mx
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	www.consulta.com.mx

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	Consulta Mitofsky,  Georgia 38, Colonia Nápoles, México DF, CP 03810, Tel (55) 5543-5969  Correo electrónico: <a href="mailto:consulta@consulta.com.mx">consulta@consulta.com.mx</a>
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

## La Jornada de Oriente

17 de junio de 2009

**Metodología**

## Objetivo

Mexicanos de 18 años o más que residen en viviendas particulares del municipio de Puebla y que cuentan con credencial de elector correspondiente a ese municipio.

## Marco muestral

Directorio Telefónico del Municipio .de Puebla, mayo 2009.

## Diseño Muestral

## Definición de la población objetivo

Personas con credencial de elector que al momento de la entrevista residan en el lugar de interés.

## Procedimiento de selección de unidades

Del directorio telefónico, al azar se seleccionaron 49 páginas o más, y también al azar una columna (de cuatro posibles) por página; de manera sistémica se seleccionaron 40 números de teléfono para obtener 10 llamadas aceptadas.

## Tamaño y forma de obtención de la muestra

484 entrevistas aplicadas de manera telefónica.

## Calidad de la estimación: confianza y error máximo

El intervalo de confianza (error teórico muestral) en el que se encontraron las proporciones

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	estimadas asociado al 95% de confianza estadística. El error oscila entre en 4.5%
	Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Se incluye en los resultados la frecuencia de la no respuesta para votación bruta y se reasignaron de manera proporcional para la votación efectiva.
	Tasa general de rechazo a la entrevista	21.4%
	Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Las entrevistas se realizaron vía telefónica previa selección al azar de los números telefónicos del municipio de Puebla.
	Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fuera la elección para Diputado Federal de su distrito, ¿por cuál partido votaría usted?
	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
	Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>		SI
<b>Principales resultados</b>		“PAN 21.5%, PRI 17.4%, PRD 7.4%, PT 1.2%, PVEM 2.3%, CONV 1.6%, PANAL 0.3%, PSD

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	0.2%, Ninguno/No sabe/no contesta 48.3%”
¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?	SI
¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?	SI
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 12 al 13 junio de 2009
Fecha de publicación de la encuesta	16 de junio de 2009
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Portal de Internet
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	La Jornada de Oriente
¿Quién patrocinó la encuesta?	La Jornada de Oriente Manuel Lobato No. 2109, Colonia Bella Vista, Puebla.
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	ídem

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

<b>¿Quién realizó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién publicó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

## Berumen y Asociados SA de CV

3 de julio de 2009

<b>Metodología</b>	Objetivo	Conocer las preferencias electorales de la contienda 2008-2009.	
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2006.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos residentes en viviendas particulares todas las secciones electorales en que el IFE dividió el territorio nacional, y que al momento de realizar la entrevista de cada ronda tuvieran su credencial de elector vigente con domicilio en el municipio y localidad donde se está levantando la entrevista.
		Procedimiento de selección de unidades	Esquema de muestreo probabilístico estratificado y polietápico. Cada una de las cinco circunscripciones en que está dividido el país formó un estrato. En total se seleccionaron 100 secciones electorales, entre 19-21 por circunscripción. Al interior de cada una de ellas se realizó con probabilidad proporcional a la lista nominal reportada por el IFE.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Tamaño y forma de obtención de la muestra	El tamaño total de la muestra en la cuarta ronda fue de 1500, de los cuales se obtuvieron 1,156 entrevistas.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Las estimaciones de los porcentajes respecto a la intención de voto de los votantes probables, estimados apegados al diseño usado, tienen un error de muestreo máximo del orden de +- 2.8% a un nivel de confianza del 95%. Estos márgenes se presentan para los parámetros prioritarios de la investigación, calculados a partir de la información de la muestra.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Para compensar la no-respuesta se seleccionó un tamaño de muestra mayor al necesario.
Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total 22.9%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Las estimaciones obtenidas son resultados basados en la utilización de Factores de Expansión de acuerdo al diseño de muestreo y

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	factores de ajuste de estructuras de edad y sexo aplicados de acuerdo a la lista nominal del IFE de enero de 2009.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	Intención de voto (votantes probables) "PAN: 23.8%, PRI: 29.9%, PRD: 10.8%", Otros: 6.8%, No declaró 28.7%
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	23 y 26 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	1 de julio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Diario el Universal Compañía Periodística

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Nacional S.A.
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	Diario el Universal Compañía Periodística Nacional S.A.
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	El Universal Compañía Periodística Nacional S.A. Bucareli 8, Colonia Centro CP 06040, México DF, Tel: (55)57091313 ext. 5432 Correo electrónico: carlos.ordonez@eluniversal.com
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién realizó la encuesta?</b>	Berumen y Asociados SA de CV Altadena 15 Col. Nápoles, México DF, Tel: (55) 50938600, Correo electrónico: berumen@berumen.com.mx
<b>¿Quién publicó la encuesta?</b>	El Universal Compañía Periodística Nacional S.A.
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

El Norte (Grupo Reforma)		
		1 de julio de 2009
<b>Metodología</b>	Objetivo	Medir la intención de voto y las opiniones políticas de los electores con miras a las elecciones para diputado federal en el Estado de Nuevo León.
	Marco muestral	Listado de secciones electorales definidas por el IFE.
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo
	Procedimiento de selección de unidades	Mexicanos adultos (de 18 años o más) que viven en Nuevo León y que tienen credencial para votar vigente.
		La muestra fue seleccionada en múltiples etapas. Primero se seleccionaron de manera probabilística 184 puntos de levantamiento en el Estado de Nuevo León, previamente estratificadas por el criterio urbano-rural. En segundo lugar, en cada punto se seleccionaron aleatoriamente viviendas utilizando la cartografía disponible del mismo IFE. En tercer lugar, se seleccionó a un entrevistado siguiendo cuotas de sexo y edad.
	Tamaño y forma de obtención de la muestra	En total se realizaron 2,760 entrevistas personales, cara a cara, en la vivienda de las personas seleccionadas.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Con un nivel de confianza de 95%, la encuesta tiene un margen de error estimado de +/- 1.9% para el total de la muestra.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Los resultados publicados se obtienen directamente de la encuesta, recalculando el porcentaje efectivo de intención de voto sin considerar a quienes no declararon preferencia.
Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total 30%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
Cuestionario o instrumento de captación utilizado Denominación del software utilizado para el procesamiento	Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted? Instrumentos propios y SPSS versión 15.0
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	"PRI: 49%, PAN: 41%, Otros 10%"
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene estimaciones</b>	SI

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>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?</b>	
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	18 al 22 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	1 de julio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Grupo Reforma Consorcio Interamericano de Comunicación SA de CV Av. México Coyoacán No. 40 Col. Santa Cruz Atoyac, México DF, CP 03310 Tel: (55)56287100 Correo electrónico: cartas@reforma.com
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	El Norte
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	Grupo Reforma
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	El Norte
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

**Vanguardia de Saltillo**

1 de julio de 2009

<b>Metodología</b>	Objetivo	Conocer la tendencia electoral de la contienda electoral 2009.		
	Marco muestral	Ciudadanos con credencial para votar vigente, seleccionados de los directorios telefónicos del Estado.		
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Los entrevistados fueron seleccionados de un muestreo sistemático de la sección blanca de los directorios del Estado.	
		Procedimiento de selección de unidades	Todos los entrevistados cuentan con credencial para votar, distribuyéndose las entrevistas telefónicas en siete distritos electorales.	
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	Se realizaron 550 entrevistas en 5 distritos electorales y 320 en 2 distritos que conforman el estado de Coahuila, distribuyéndose la muestra de manera proporcional a la población que habita en los municipios y que cuenta con servicio telefónico.	
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito	Nivel de confianza del 95% y un margen de error de +-5%.	

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)		En entrevistas telefónicas.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado		Si el día de hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza		Las estimaciones obtenidas son resultados basados en la utilización de Factores de Expansión de acuerdo al diseño de muestreo y factores de ajuste de estructuras de edad y sexo aplicados de acuerdo a la lista nominal del IFE de enero de 2009.
Denominación del software utilizado para el procesamiento		Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>		<b>SI</b>
<b>Principales resultados</b>		El PRI arrasaría en los Distritos Electorales del estado.
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se</b>		<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	20 al 25 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	26 de junio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Periódico Vanguardia
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	Periódico Vanguardia  Blvd. Venustiano Carranza 1918. Col. República Oriente Saltillo, Coahuila, C.P. 25280
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	Periódico Vanguardia
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	ídem

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

<b>¿Quién publicó la encuesta?</b>	<b>Ídem</b>
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	<b>SI</b>

## GEA-ISA

3 de julio de 2009

**Metodología**

## Objetivo

Dar seguimiento al estado de la opinión pública y las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en el territorio nacional, en particular estimar el estado de las preferencias de los ciudadanos de cara a las elecciones para diputados federales del 5 de julio de 2009.

## Marco muestral

Listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de las elecciones para diputados federales de 2006, 2003 y 2000.

## Diseño Muestral

## Definición de la población objetivo

Ciudadanos mexicanos residentes en viviendas particulares dentro del territorio nacional.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Procedimiento de selección de unidades	<p>Primera etapa: selección aleatoria con probabilidad proporcional a tamaño (definido por el número de electores registrados en 2006) de cien secciones electorales; Segunda etapa: selección de diez viviendas por sección, mediante recorrido aleatorio (con arranque a partir del domicilio de la casilla básica en la elección federal pasada e intervalo constante por cada sección en muestra); Tercera etapa: selección como informante en cada vivienda en muestra de la persona que celebrara el próximo cumpleaños de entre las presentes al momento de la entrevista. En caso de no poderse realizar la entrevista en el domicilio elegido o a la persona seleccionada, se procedió a intentar la entrevista en la vivienda contigua, hasta su realización, controlando la tasa de encuentro y de respuesta.</p>
Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,200 casos efectivos.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	+- 3% (al 95% de confianza).

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Se incluye en los resultados la frecuencia de la no respuesta.
	Tasa general de rechazo a la entrevista	18.4%.
	Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
	Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si tuviera que votar en este momento para elegir diputados federales ¿por cuál partido político votaría usted?
	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	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 ajustados para hacer acorde la distribución de casos en muestra conforme a sexo y edad con la reportada en el listado nominal de electores al corte más reciente disponible a través del sitio del IFE.
	Denominación del software utilizado para el procesamiento	Captura en WinCATI y procesados con SPSS.
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>		<b>SI</b>

<b>Principales resultados</b>	“Del total de entrevistados: PAN 32%, PRI 34% y PRD 18%, PVEM 4%, PT 4%. PT 1%, CONV 1%, PANAL 1%, PSD 1%, ANULARÁN 5%.
¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?	SI
¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	Del 25 al 28 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	30 de junio de 2009
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Internet y Fórmula de la tarde
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	<a href="http://www.isa.org.mx">www.isa.org.mx</a> (2 de junio 2009)
¿Quién patrocinó la encuesta?	GEA-ISA, GEA Grupo de Economistas y Asociados, SC  Pestalozzi 522 Col. Narvarte CP 03020,

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	México DF, <a href="mailto:vortizortega@hotmail.com">vortizortega@hotmail.com</a> Investigaciones Sociales Aplicadas, SC Minerva 359, Col. Florida, CP 01030, México DF [REDACTED]
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	Fórmula de la tarde
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

El Debate		
		30 de junio de 2009
<b>Metodología</b>	Objetivo	Mostrar las tendencias electorales de algunos candidatos para diputados federales de los ocho distritos del estado de Sinaloa.
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en la entidad.
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo
		Procedimiento de selección de unidades
		Tamaño y forma de obtención de la muestra
	Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Se incluye en los resultados la frecuencia de la no respuesta.
Tasa general de rechazo a la entrevista	Se incluyen los resultados en los distritos.
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas “cara a cara”.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	El margen de error teórico es de $\pm 4.8\%$ con un nivel de confianza de 95%.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	SI
<b>Principales resultados</b>	“De ser hoy las elecciones, el PRI ganaría en 6 distritos.”
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	SI
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	Del 19 al 23 de junio de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	29 de junio de 2009

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	El Debate
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	El Debate SA de CV Av. Álvaro Obregón # 55 Ote. CP 81200 Los Mochis, Ahome, Sinaloa
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	Ídem
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?</b>	SI

## Demotecnia, División Análisis, SC

1 de julio de 2009

**Metodología**

## Objetivo

Conocer las preferencias electorales para la jornada electoral de este año 2009.

## Marco muestral

Listado de secciones electorales en el país.

## Diseño Muestral

## Definición de la población objetivo

Ciudadanos residentes en viviendas particulares de todas las secciones electorales en que el IFE dividió el territorio nacional, y que al momento de realizar la entrevista de cada ronda tuvieran su credencial de elector vigente con domicilio en el municipio y localidad donde se está levantando la entrevista.

## Procedimiento de selección de unidades

Muestreo estratificado de secciones, selección aleatoria de manzanas, selección sistemática de viviendas con arranque aleatorio y entrevista a la persona que acudió a abrir la puerta, siempre y cuando cumplieran con los requisitos descritos en "la población objetivo".

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<p>Tamaño y forma de obtención de la muestra</p>	<p>Encuesta Nacional considerando 1000 entrevistas. Las personas a entrevistar se seleccionaron de la siguiente manera: Se clasificaron las secciones en siete estratos, de acuerdo al tipo de competencia electoral registrada en cada sección. A cada estrato se le asignaron tantas entrevistas como las resultantes de multiplicar 1000 por la proporción de electores que le corresponden según la distribución del listado nominal. En cada estrato se seleccionaron de manera aleatoria tantas secciones como el resultado de dividir el número de entrevistas que le fueron asignados entre diez, ponderando después por la lista nominal de cada sección, al interior de cada sección se seleccionaron al azar dos manzanas. En cada manzana seleccionada se llevó a cabo una selección sistemática de viviendas con arranque aleatorio. Se entrevistó a la persona que acudió a abrir la puerta, siempre y cuando tuviera credencial de elector domiciliada en el municipio donde se hacia la entrevista.</p>
<p>Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias</p>	<p>Con el 95% de confianza, el error estadístico máximo que se tiene es de +/- 3.2%.</p>
<p>Frecuencia y tratamiento de la no</p>	<p>Para compensar la no-respuesta se seleccionó un tamaño de muestra mayor al necesario.</p>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	respuesta.
	Tasa general de rechazo a la entrevista
	Tasa de rechazo total 30%.
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	En viviendas particulares mediante entrevistas "cara a cara".
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	De la información se capturó y procesó en un programa de computo diseñado ex profeso, las frecuencias para todas y cada una de las variables del estudio, se estimó la probabilidad de que los entrevistados acudan a votar el día de la elección de acuerdo al modelo de inercia y circunstancia diseñado por María de las Heras y publicado en el <u>Libro "Por quién vamos a votar y por qué" Editorial Nuevo Siglo Aguilar</u> , y en el <u>Libro "USO Y ABUSO DE LAS ENCUESTAS" Editorial Océano</u> . De acuerdo a lo especificado en el apartado "Tamaño y forma de obtención de la muestra" los resultados se ponderaron por el tamaño proporcional de electores de cada sección.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Instrumentos propios
<b>¿La encuesta adopta los criterios emitidos por el IFE?</b>	Si
<b>Principales resultados</b>	PAN 30%, PRI 35%, PRD 15%, PVE.M 8%, PT 3%, CONV 2%, PSD 2%, PNA 3%, Anularía 2%.
<b>¿Se define detalladamente la población de estudio a la que se refieren y se indica que sólo tienen validez para expresar</b>	SI

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?</b>	
<b>¿Se especifica si el reporte de resultados contiene 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?</b>	SI
<b>Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información</b>	26 al 29 de junio de 2009.
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	1 de julio de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Milenio Diario, S.A. de C.V. Av. Morelos No.16, Col. Centro, C.P.06040, Delegación Cuauhtémoc en México, D.F. Correo electrónico: mariadelasheras@demotecnia.com, www.milenio.com
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién solicitó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quién ordenó la encuesta?</b>	ídem
<b>¿Quien realizó la encuesta?</b>	Demotecnia, División Análisis, S.C. Cerro del Chiquihuite No.172, Col. Campestre Churubusco, C.P.04200, Delegación Coyoacán en México, D.F. Correo electrónico: mariadelasheras@demotecnia.com
<b>¿Quien publicó la encuesta?</b>	Milenio Diario
<b>¿Entrega en medio impreso y magnético copia del estudio</b>	SI

**completo dentro de los cinco días naturales desde su publicación?**

**Seguimiento a los requerimientos de información a quienes esta autoridad les ha requerido estudios:**

<b>MEDIO</b>	<b>RESPUESTA</b>
La Jornada (.)	El medio impugnó el oficio de requerimiento.

**Medios de comunicación a quienes se han requerido los estudios respectivos.**

Durante el periodo que se reporta, y con base en el monitoreo elaborado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social, la Secretaría Ejecutiva procedió a requerir al siguiente medio, a quien se le ha requerido la brevedad el estudios que corresponde a las encuestas que han publicado: El Sol de Durango (Durango)

**Encuestas de salida y/o conteo rápido.**

48 personas físicas o morales, manifestaron en tiempo y forma, su intención de realizar encuestas de salida y/o conteos rápidos –dentro del periodo señalado por el Acuerdo CG32/2009— durante el la jornada electoral del 5 de julio de 2009, misma que recibieron acreditación por parte esta autoridad. Cabe señalar que tres empresas presentaron solicitud

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

extemporánea (fuera del periodo señalado por el Acuerdo de mérito), es decir, después del día 29 de junio de 2009, misma a las que se les negó la acreditación por parte del Instituto. A continuación se presenta una lista con las personas físicas y morales acreditadas:

#	ENCUESTADORA	DIRECCIÓN
1	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.	4 Sur 303, Centro Histórico, Puebla, Puebla.
2	Grab Consultores S.A. de C.V.	Avenida 1, no. 1302, Col. Centro, 94500, Córdoba, Veracruz.
3	Mendoza Blanco y Asociados, S.C.	Viaducto Tlalpan #554, Col. San Lorenzo Huipulco, C.P. 14370, México, D.F.
4	Eficaz Marketing Inteligente, S.C.	Calle Laureles no. 564, Col. Los Viveros, Colima, Col. C.P. 28070.
5	Nueva Era Radio de Occidente Jalisco.	Av. Pablo Casals no. 567, Col. Prados Providencia, C.P. 44670, Guadalajara, Jal.
6	Grupo Nueva Era Radio de Chihuahua.	Calle Allende No. 2211, Col. Zarco.
7	Mitofsky.	Georgia #38, Col. Nápoles, Deleg. Benito Juárez, México, D.F. C.P. 03810.
8	Demotécnia División Análisis, María de la Heras.	Cerro Chiquihuite No. 172, Col. Campestre Churubusco, México, DF. C.P. 04200.
9	Brecha Encuestas.	Antonio Cofiño 121, Col. Ampl. Los Ángeles Torreón, Coah. C.P. 27140.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

#	ENCUESTADORA	DIRECCIÓN
10	Universidad Veracruzana.	Circuito Aguirre Beltrán Antigua Biblioteca Central, Zona Universitaria, Xalapa, Veracruz, C.P. 91000.
11	Indicadores S.C.	Tamarindo No. 42, Col. Arboleda de Guadalupe, C.P. 72260, C.P. 72260, Puebla, Puebla.
12	Parámetro Consultores, S.C.	Calimaya 402, Col. Sector Popular Toluca, Estado de México.
13	Licea Servicios Integrales en Opinión.	Av. México No. 198, Col. Santa Cruz Atoyac, Deleg. Benito Juárez.
14	ARCOP.	Alabama no. 29, Col. Nápoles, C.P. 03810, México, D.F.
15	Proyecta Mercadotecnia Aplicada.	Av. Venustiano Carranza 1306, Colinas de Santa Barbará, Colima, Col. C.P. 28017.
16	Grupo Industrial C&A, S.A. de C.V.	Km. 19.7 Carretera Los Cués- Galindo La D, Municipio Pedro Escobedo, Querétaro, C.P. 76740, México, D.F.
17	Luis Lavín y Asociados.	Calle Guanajuato 230-A, Col. Los Rodríguez, C.P. 88630 Reynosa, Tamaulipas.
18	Gabinete de Comunicación Estratégica.	Paseo de la Reforma 199, piso 1 Col. Cuauhtémoc, C.P. 06500 México, .D.F.
19	Centro de Estudios Estratégicos para el Desarrollo de	Calle Tomás V. Gómez 121 Col. Ladrón de Guevara, C.P. 44600, Guadalajara, Jal.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

#	ENCUESTADORA	DIRECCIÓN
	la Universidad de Guadalajara.	
20	Signo Comunicación y Mercadotecnia, S.C.	La Loma #50 Col. Lomas de San Ángel Inn, Deleg. Álvaro Obregón, C.P. 01790.
21	Servicios de Investigación y Consultoría (SICSI)	Lago de Cuitzeo 652, Col. Las Quintas, C.P. 80060, Culiacán, Sinaloa.
22	Buendía & Laredo.	Petrarca 223-605, Col. Chapultepec Morales, Del. Miguel Hidalgo, C.P. 11570, México, D.F.
23	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Dirección de Enlace Institucional Centro de Estudios de Opinión.	Abasolo No. 600, Col. Centro Pachuca de Soto, Hgo. C.P. 42000.
24	Impulsos Comunicaciones S.C.	Blvd. Ruiz Cortínez No. 1917, Edificio Periódico Imagen, Boca del Río, Ver.
25	Consultoría en Comunicación Política CPM SC.	Morones Prieto 1101 Oriente, Col. Nuevo Pueblo, Monterrey, N.L. C.P. 64700.
26	Beltrán y Asociados y Asocs, S.C.	Saltillo 63, Col. Condesa,
27	Focus Investigación de Mercado.	Misión de Diego 2951-3, Zona Río, Tijuana, B.C.
28	El Buró de Estrategias y Análisis del Poder S.C.	Privada 10 "B" Sur 3112 Col. Anzures, Puebla, Puebla, Puebla.
29	Sistema de Inteligencia en Mercado y Opinión.	Zitácuaro #5, Col. Hipódromo Condesa, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06170.
30	Value experience.	José Ma. Vigil 101 C-5 Col. Escandón, C.P. 11800, México, D.F.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

#	ENCUESTADORA	DIRECCIÓN
31	CEI México Centro Estadístico Informático S.C.	Rinconada de Jesús #3 Col. Lomas de Santa Cruz Naucalpan, Estado de México, C.P. 53110.
32	GEA Grupo de Economistas y Asociados, S.C. e Investigaciones Sociales Aplicadas, S.C.	Pestalozzi, 22, Col. Narvarte, C.P. 03020, México, .D.F.
33	Berumen y Asociados, S.A. de C.V.	Altadena no. 15, Col. Nápoles, Del. Benito Juárez, C.P. 03810, México, D.F.
34	Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo.	España No. 229, esq. 14, Col buena Vista C.P. 87350.
35	Parametría, S.A. de C.V.	Benjamín Hill No. 185, Col. Hipódromo Condesa, Deleg. Cuauhtémoc, C.P. 06170.
36	Operadora de Medios del Pacífico, S.A. de C.V.	Av. Francisco Villa No. 549, Col. Versalles, Puerto Vallarta, Jal.
37	Focus, Investigaciones de Mercado y Estudios de Opinión, S.C.	Circunvalación Tapachula 865, Col. Moctezuma, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
38	Periódico Vanguardia, Saltillo.	Blvd. Venustiano Carranza 1918-B, Col. República Orienta, C.P. 25280.
39	Martketing del Golfo.	Calle Antonio Ortiz Ríos no. 3, Col. Santa Clara, Minatitlán, Ver. C.P. 96730.
40	Consultores y Marketing Político S.C.	Av. Picacho Ajusco No. 130, Int. 502-A, Col. Jardines de la Montaña, Tlalpan, C.P. 14210. Distrito Federal.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

#	ENCUESTADORA	DIRECCIÓN
41	Con Estadística, S.C.	Avenida San Jerónimo 1423-10, Col. San Jerónimo Lídice, Del. Magdalena Contreras, C.P. 10200. Distrito Federal
42	Investigaciones Sociales Políticas y de Opinión Pública, S.A. de C.V.	Ciencias No. 49-402, Col. Escandón, C.P. 11800, México, D.F.
43	Prospecta Decisiones Estratégicas, S.A. de C.V.	Puerto de la Paz No. 132, Casa Alemán Aplicación, México, D.F. C.P. 07580.
44	Espacio Muestral, S.C.	Carretera Picacho Ajusco No. 130-502, Col. Jardines en la Montaña, CP. 14210. Distrito Federal.
45	Target M&R.	Calle de la Toronja #106, Fracc. Lomas de Capulín Zacatecas, Zacatecas. C.P. 980501.
46	Opina Consultoría Estratégica S.A de C.V.	Blvd. 22 Sur, No.5141, Colonia Villa Carmel, Puebla, Puebla. C.P. 72560.
47	Gabriela López Gómez.	Calle 4, No. 170ª x 15 y 60, Fraccionamiento Montecristo, Mérida.
48	Consultoría On Estratégica.	Av. Juárez No. 505-6, Tecamachalco, Puebla.