

**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.**

Mayo 22 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.

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.

## **SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

- 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 muestreo.
- 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.
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

## SECRETARÍA EJECUTIVA

---

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.**

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>

Así mismo, los documentos señalados están a disposición de los interesados en las oficinas de la Secretaría Ejecutiva.

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.

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.

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/?vgnextoid=eea9eeaacf680210VgnVCM1000000c68000aRCRD](http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Procesos_Electorales/?vgnextoid=eea9eeaacf680210VgnVCM1000000c68000aRCRD)

### **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 74 casos. Por su parte, la Secretaría Ejecutiva ha recibido, en adición a los reportados en informes previos (14 estudios), los estudios siguientes: “Parametría”, “Grupo Reforma”, “Consulta Mitofsky”, “Berumen y Asociados S.A. de C.V” y “el Debate de Culiacán” (5). Por lo que en total se han recibido 19 estudios.

A continuación se presenta cuadro resumen de los estudios recibidos.

---

<sup>1</sup> Ver Anexo 1.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

No	Encuesta			Fecha	Objetivo	Resultado	Adopción de criterios
	Ordenó	Realizó	Publicó				
1.	Mitofsky	Mitofsky	www.consulta.com.mx	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	www.consulta.com.mx	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	www.consulta.com.mx	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**

<b>5.</b>	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>
<b>6.</b>	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>
<b>7.</b>	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**

<b>8.</b>	Mitofsky	Mitofsky	www.consulta.com.mx	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>
<b>9.</b>	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	www.isa.org.mx	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 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>SI</b>



**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<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	www.consulta.com.mx	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	www.consulta.com.mx	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	www.parametria.com.mx	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	www.consulta.com.mx	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 de CV	El Universal	11 de Mayo de 2009	Conocer las preferencias electorales de la contienda 2008-2009.	PAN: 26.8%, PRI: 32.6%, PRD: 9.5%	<b>SI</b>
19	El Debate	El Debate	El Debate (Sinaloa)	18 de	Mostrar las	"El PRI aventaja en siete	<b>SI</b>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

	(Sinaloa)	(Sinaloa)		Mayo de 2009	tendencias electorales de algunos candidatos a diputados federales de los ocho distritos del estado de Sinaloa	distritos electorales, el PAN en uno”
--	-----------	-----------	--	--------------	--	---------------------------------------

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.

Parametría		Abril de 2009
<b>Metodología</b>	Objetivo	Evaluación de la intención de voto en el electorado y opinión sobre las elecciones de diputados federales del 5 de julio de 2009.
	Marco muestral	Listado de secciones electorales reportadas por el IFE.
	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	Personas con credencial de elector que al momento de la entrevista residan en el lugar de interés.  De manera aleatoria sistemática. Las secciones electorales tuvieron una probabilidad de selección proporcional a su tamaño PPT. Las entrevistas se efectuaron en vivienda y se aplicaron persona a persona.  12,800 entrevistas en 1,279 puntos muestrales, en 1,279 secciones electorales.  El intervalo de confianza (error teórico muestral) en el que se encontraron las proporciones estimadas asociado al 95% de confianza estadística se encuentra en el +- 0.9%.

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

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	47%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Las entrevistas se realizaron casa por casa, "cara a cara"; cumpliendo los requisitos de una muestra probabilística con sorteos de secciones.
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 23%, PRI 27%, PRD 12%, PT 2%, PVEM 2%, CONV 1%, PANAL 1%, PSD 0%, Ninguno 13%, No sabe 12%, No contesta 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

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<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 21 febrero al 8 de marzo de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	Abril de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	Portal de Internet
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	www.parametria.com.mx
<b>¿Quién patrocinó la encuesta?</b>	Parametría SA de CV Benjamín Hill 185, Col. Hipódromo Condesa, México 06170 DF, Tel. 2614 0089 parametria@parametria.com.mx
<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

Grupo Reforma		30 de Abril 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 Mexicanos adultos (de 18 años o más) que viven en el territorio nacional y que tienen credencial para votar vigente.
	Procedimiento de selección de unidades	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.



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 15 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=1515), y de +- 2.9% para los 1121 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 26 por ciento.
	Tasa general de rechazo a la entrevista	Tasa de rechazo total 34%
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 1515 entrevistados con credencial para votar, de los cuales 1121 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  $\pm 2.5$  por ciento y  $\pm 2.9$  para el porcentaje efectivo de quienes declararon preferencia electoral.

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: 37%, PAN: 32%, PRD: 15%, PVEM: 9%, PT: 3%, Nueva Alianza: 2%, Convergencia: 1%, 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>	24 al 26 de abril de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	30 de abril 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>	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>	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

Consulta Mitofsky			
		Abril de 2009	
<b>Metodología</b>	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	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes. 100 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: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el +- 3.1%.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.	Se incluye en los resultados la frecuencia de la no respuesta.		

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

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%.
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 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 31.4%, PAN 26.2% y PRD 14.8%, Otro 5.9%"
<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



**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<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>	2007: 26 al 30 de enero, 16 al 19 de febrero, 24 a 28 de marzo, 27 al 30 de abril, 26 al 30 de mayo, 28 a 30 de junio, 27 a 31 de julio, 24 a 28 de agosto, 26 a 30 de septiembre, 17 a 22 de octubre, 9 a 13 de noviembre, 7 a 12 de diciembre. 2008: 17 al 22 de enero, 15 al 19 de febrero, 27 a 31 de marzo, 24 al 29 de abril, 22 al 26 de mayo, 20 a 24 de junio, 25 a 28 de julio, 15 a 19 de agosto, 16 a 23 de septiembre, 23 a 26 de octubre, 14 a 18 de noviembre, 4 a 9 de diciembre. 2009: 22 al 26 de enero, 20 al 23 de febrero, 27 al 30 de marzo, 18 al 20 de abril
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	Abril de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	<a href="http://www.consulta.com.mx">www.consulta.com.mx</a>
<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

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

---

<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		
		11 de mayo 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
		Procedimiento de selección de unidades
	Tamaño y forma de obtención de la muestra	

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

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 +- 3.4% 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 22.8% (en tercera ronda)
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 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>

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<b>Principales resultados</b>	Intención de voto (votantes probables) “PAN: 26.8%, PRI: 32.6%, PRD: 9.5%”
¿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>	1 al 5 de mayo de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	11 de mayo de 2009
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Diario el Universal Compañía Periodística Nacional S.A.
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Diario el Universal Compañía Periodística Nacional S.A.
¿Quién patrocinó la encuesta?	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
¿Quién solicitó la encuesta?	ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	ídem

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

<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 Debate		
		18 de mayo 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
		Frecuencia y tratamiento de la no respuesta.
		Tasa general de rechazo
		Mexicanos mayores de 18 años residentes en los distritos de la entidad.
		Muestreo aleatorio con base en las secciones electorales de cada distrito previamente estratificadas por el criterio urbano y rural. Se seleccionaron 20 puntos de levantamiento y se aplicaron 15 encuestas por punto muestral. Tanto la vivienda como el entrevistado se seleccionaron de forma sistemática en cada punto.
		300 encuestas en cada uno de los distritos a personas mayores de 18 años.
		El margen de error teórico es de $\pm 5.6\%$ con un nivel de confianza de 95%.
		Se incluye en los resultados la frecuencia de la no respuesta.
		Dto. 1 18.6%, Dto. 2 3.0%, Dto. 3 24.6%, Dto. 4

**SECRETARÍA EJECUTIVA**

a la entrevista	16%, Dto. 5 11%, Dto. 6 18.9%, Dto. 7 11.3%, Dto. 8 20.3%.
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 $\pm 5.6\%$ 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>	“El PRI tiene ventaja en 7 distritos electorales, el PAN en 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>	Del 6 al 9 de mayo de 2009
<b>Fecha de publicación de la encuesta</b>	12, 13 y 14 de mayo de 2009
<b>¿Por qué medio se publicó la encuesta?</b>	El Debate
<b>¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?</b>	Ídem



**SECRETARÍA EJECUTIVA**

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

**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<sup>2</sup>, la Secretaría Ejecutiva procederá a remitir oficios a los siguientes medios: “Heraldo de León” (Guanajuato) y “Expresión de Michoacán” (Michoacán) a quienes se requerirá presenten a la brevedad los estudios que corresponden a las encuestas que han publicado.

**Listado de los avisos que se han recibido en el periodo que se reporta por quienes pretenden realizar y publicar cualquier encuesta de salida o conteo rápido durante la jornada electoral 2009.**

Se informa que a ese respecto, en el periodo que se reporta, se han recibido los siguientes avisos:

Nombre: Sandra Alicia Segovia Reyes	Domicilio: Gustavo Salazar 70 Col. Los Cipreses México DF
Nombre: Nueva Era Radio de Occidente	Domicilio: Pablo Casals 567 Prados Providencia, Gdl 44670, Jal.
Nombre: Nueva Era Radio Chihuahua	Domicilio: Allende 2211 Col. Zarco, Chihuahua Chih.
Nombre: Eficaz Marketing Inteligente S.C.	Domicilio: Laureles 564, Col. Viveros. Colima, Col.
Nombre: Mendoza Blanco & Asociados S.C.	Domicilio: Viaducto Tlalpan 554, Col San. Lorenzo Huipulco, D.F.
Nombre: Signo Comunicación y Mercadotecnia	Domicilio: La Loma #50, Col San Ángel Inn, Delegación Álvaro Obregón. México D.F..