

Informe que presenta la Secretaría Ejecutiva al Consejo General del Instituto Federal Electoral respecto del cumplimiento del Acuerdo CG411/2011, por el que se establecen 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, encuestas de salida y/o conteos rápidos durante el Proceso Electoral 2011-2012.

SEGUNDO INFORME

29 de febrero de 2012

Informe que presenta la Secretaría Ejecutiva al Consejo General del Instituto Federal Electoral respecto del cumplimiento del Acuerdo CG411/2011, por el que se establecen 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, encuestas de salida y/o conteos rápidos durante el Proceso Electoral 2011-2012.

En los procesos electorales federales de 1994, 1997, 2000, 2003, 2006 y 2009 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.

Durante los procesos electorales anteriores, se realizaron y publicaron una gran cantidad de encuestas, sondeos, encuestas de salida y conteos rápidos que contribuyeron a fortalecer el horizonte informativo de los electores para emitir su voto. En ese sentido, y precisamente por la importancia creciente de las encuestas en el proceso electoral, es que resulta crucial que los ciudadanos, partidos, candidatos, medios y autoridades, cuenten con la posibilidad de comprobar y constatar los datos y resultados reportados en los estudios. Este hecho (conocimiento público, análisis abierto, contrastación de datos y de métodos) es, además, una práctica básica de la actividad científica, especialmente en la disciplina demoscópica.

Por eso, la ley señala que el IFE recibirá de parte de las propias encuestadoras y/o de los que hayan ordenado la publicación de las encuestas, los documentos y elementos con los que se construyó dicha encuesta publicada. A continuación se da cuenta de esa recepción de los días 5 de enero al 15 febrero de 2012.

FUNDAMENTO

De conformidad con el artículo 41, segundo párrafo, Base V, párrafo noveno, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Instituto Federal Electoral tiene a su cargo en forma integral y directa la facultad de regular las encuestas o sondeos de opinión con fines electorales.

Con base en el artículo 237, párrafo 5, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio del proceso

electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio.

Asimismo, el numeral 6 del artículo 237 de la ley electoral prohíbe la publicación o difusión por cualquier medio, de los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en los husos horarios más occidentales del territorio nacional, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquellos que incurran en alguno de los tipos previstos y sancionados en el artículo 403 del Código Penal Federal.

De igual manera, el numeral 7 del citado artículo, dispone que el Consejo General del Instituto Federal Electoral determinará criterios generales de carácter científico que adoptarán las personas físicas o morales que pretendan realizar encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de la votación, previa consulta con los profesionales del ramo o las organizaciones en que se agrupan.

A fin de dar cabal cumplimiento a dichas disposiciones, el Consejo General en sesión extraordinaria del 14 de diciembre de 2011, aprobó el *Acuerdo por el que se establecen 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, encuestas de salida y/o conteos rápidos durante el Proceso Electoral 2011-2012 (Acuerdo CG411/2011)*.

En este marco, el Informe que se presenta al Consejo General del Instituto Federal Electoral tiene el propósito de dar cuenta del cumplimiento del Acuerdo en cita.

DIFUSIÓN DE LOS LINEAMIENTOS ASÍ COMO LOS CRITERIOS GENERALES DE CARÁCTER CIENTÍFICO

Para facilitar el cumplimiento por parte de los sujetos obligados, en términos del Acuerdo **Segundo**, los lineamientos así como los criterios generales de carácter científico están a disposición de los interesados en las oficinas de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral, así como 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/2011/diciembre/CGex201112-14/CGe141211ap10.pdf>

En el mismo sentido, el Secretario Ejecutivo con diversos oficios (No. SE/2546/2011, SE/032/2012, SE/033/2012, SE/034/2012, SE/035/2012, SE/036/2012), remitió al gremio y a los profesionales de las encuestas y sondeos de opinión el Acuerdo CG411/2011, para su conocimiento y observancia.

Cabe señalar que el citado Acuerdo se publicó el 11 de enero de 2012, en el Diario Oficial de la Federación, en cumplimiento del Acuerdo **Décimo Octavo**.

Asimismo, en cumplimiento del Acuerdo **Décimo Quinto**, una vez que la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral presentó el primer informe, se incluyó un vínculo especial en la página de Internet del Instituto que lo contiene, y contendrá los informes que se presentarán al Consejo General del IFE en posteriores sesiones ordinarias.

http://www.ife.org.mx/documentos/proceso_2011-2012/EncuestasConteosRapidos/inicio.html

ENCUESTAS PUBLICADAS (5 DE ENERO – 15 DE FEBRERO 2012)

Con base en el monitoreo de encuestas, sondeos de opinión y conteos rápidos publicados en medios impresos que lleva a cabo la Coordinación Nacional de Comunicación Social, en colaboración con las Juntas Locales Ejecutivas Locales del IFE, del periodo comprendido del 5 de enero al 8 de febrero de 2012¹, se reportan un total de **373 publicaciones** realizadas respecto a encuestas sobre el Proceso Electoral Federal 2011-2012 (PEF 2011-2012), las cuales se reportaron de la siguiente manera:

- **109 encuestas originales**, es decir, aquellas publicadas por el medio contratante o realizador de la misma;
- **10 reproducciones** de encuestas originales publicadas con anterioridad en algún otro medios; y
- **254 notas periodísticas referidas a encuestas.**

En el último rubro se encuentran los géneros de nota informativa, columnas, artículos, reportaje, entrevista y editorial. Asimismo, considerando lo informado en el mes de enero, y lo reportado en éste mes, se tiene un total de 401 publicaciones realizadas respecto a encuestas sobre el PEF 2011-2012.

¹ Ver Anexo, concentrado del 18 de diciembre de 2011 al 8 de febrero de 2012.

ESTUDIOS RECIBIDOS

En la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral se han recibido 18 estudios², hasta el 15 de febrero de 2012, fecha de corte de este Informe.

PROPÓSITO DEL INFORME

El código electoral atiende a las encuestas que den a conocer las preferencias por partidos y candidatos de los ciudadanos a lo largo del proceso electoral, y plasma su regulación en el artículo 237. El objetivo general es importante: que las encuestas publicadas en México estén hechas por profesionales, que sus resultados sean el producto de un trabajo serio y científico y que el público puede corroborarlo puntualmente.

Antes de exponer los resultados de los 18 estudios recibidos en la Secretaría Ejecutiva, es importante reiterar el cuadro legal, que consta de tres párrafos, cuyo contenido es el siguiente:

1. En primer lugar, la ley impone una restricción a la difusión de los resultados de las encuestas; es una restricción que pasó de ocho a sólo tres días previos a la jornada electoral y hasta el cierre de casillas, a las ocho de la noche de ese mismo día. Esa restricción no opera en el resto del proceso, ni antes ni después de esos únicos tres días. (art.237, p. 6)
2. En segundo lugar, la obligación de presentar al IFE, la metodología demoscópica que fue utilizada para el levantamiento de la encuesta debe cumplirla solamente “quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales”. **Es una obligación que vale en el caso de encuestas que se difundan o publiquen por cualquier medio. (art 237, p. 5)**
3. Finalmente: el Consejo General del IFE tiene la obligación de emitir criterios generales de carácter científico a los que se deben sujetar las personas y las empresas que realicen encuestas o sondeos, durante los procesos electorales federales. No se trata de imponer un corsé o una camisa de fuerza que inhiba la

² Con fecha 18 de enero de 2012, se recibió copia de un estudio de Polymetrix, sobre preferencias para candidato a Senador en el Estado de Michoacán. Al ser un estudio que no ha sido publicado de manera original en ningún medio, no se informa en éste período. En el mismo sentido, con fecha 14 de febrero de 2012, se recibió copia de un estudio de Covarrubias y Asociados S.C., que evalúa el posicionamiento de los aspirantes a la candidatura para la Jefatura del Gobierno del Distrito Federal. Al ser un estudio en materia electoral local, no existe competencia de ésta autoridad electoral.

elaboración de metodologías distintas, que respondan a las diferentes escuelas y corrientes de la demoscopia mexicana. Por el contrario, el Consejo General ha procurado formular criterios lo suficientemente generales para que el trabajo de sondeo sea ejercido con la mayor libertad posible. Los criterios aprobados en diciembre de 2011, reiteran una serie de conceptos generalmente aceptados por la propia disciplina (237, p. 7), entre otros:

- a. el marco, diseño, tamaño y selección de la muestra,
- b. el cuestionario utilizado,
- c. la especificación de la logística para el trabajo sobre la muestra,
- d. la descripción de la manera en que se procesó la información,
- e. la base de datos resultados de todo ese trabajo, y
- f. la acreditación de la experiencia probada de la empresa y su pertenencia al gremio científico de la demoscopia.

El presente Informe da cuenta de cómo los profesionales mexicanos en esta materia, están cumpliendo con estas obligaciones: especialmente con la entrega del estudio completo a la Secretaría Ejecutiva y el desglose de los elementos que ese estudio debió contener.

Es importante señalar que en los cuadros que a continuación se exponen, estudio por estudio y empresa por empresa, sistematizan los elementos y **valoran la presentación o no, de los 8 criterios de carácter científico.**

Los resultados se presentan en estricto orden de recepción cronológica.

No.	Encuesta			Fecha publicación	Objetivo	Método de recolección	Resultado	Adopción de criterios
	Ordenó	Realizó	Publicó					
1	Política MX S.A. de C.V.	Consulta Mitofsky	www.consulta.com.mx	Enero 2012	Medir las preferencias en el Distrito Federal 03 con cabecera en Cancún, Estado de Quintana Roo.	Entrevistas viviendas.	“PAN: 24.9%, PRI: 44.3%, PRD: 17.3%, Otro partido: 0.2% y No declara: 13.3%”.	Sí
2	Consulta Mitofsky	Consulta Mitofsky	www.consulta.com.mx	Enero 2012	Medir las preferencias rumbo a la elección Presidencial en México 2012.	Entrevistas viviendas.	“PAN: 21%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 39%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 18%”.	Sí
3	Sin información	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V.	Periódico Más por Más	Diciembre 2011	Registrar el pulso político nacional.	Entrevistas telefónicas.	“PAN: 20%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 41%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 15%, y No respuesta: 24%”.	No
4	Sin información	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V.	Periódico Más por Más	Enero 2012	Conocer el posicionamiento y preferencias de las diferentes fuerzas políticas a nivel nacional.	Entrevistas viviendas y telefónicas.	“PAN: 20%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 36%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 14%, y No respuesta: 30%”.	No
5	Parametría SA de CV	Parametría SA de CV	Parametría SA de CV	Enero 2012	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	Entrevistas viviendas.	“PAN: 23%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 39%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 17%, Ninguno 1%, No sabe: 1% y No contesta: 19%”.	Sí

No.	Encuesta			Fecha publicación	Objetivo	Método de recolección	Resultado	Adopción de criterios																													
	Ordenó	Realizó	Publicó																																		
6	Parametría SA de CV	Parametría SA de CV	www.parametria.com.mx	Enero 2012	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	Entrevistas viviendas.	Proceso interno del PAN (población general) "Santiago Creel: 18%, Ernesto Cordero: 9%, Josefina Vázquez Mota: 29%, Ninguno 29%, No sabe: 14% y No contesta: 1%".	Sí																													
7	Grupo Reforma	Equipo de encuestas en los periódicos Reforma de la Ciudad de México, El Norte de Monterrey y Mural de Guadalajara	Semanario Enfoque de Reforma www.reforma.com	Diciembre 2011	Conocer la relación que hay entre las intenciones de voto y las orientaciones ideológicas de los electores con miras a las elecciones Presidenciales del 1 de julio de 2012.	Entrevistas viviendas.	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="5">Orientación ideológica</th> </tr> <tr> <th>I</th> <th>CI</th> <th>C</th> <th>CD</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Vázquez Mota</td> <td>4%</td> <td>14%</td> <td>19%</td> <td>25%</td> <td>26%</td> </tr> <tr> <td>Peña Nieto</td> <td>31%</td> <td>30%</td> <td>33%</td> <td>48%</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>López Obrador</td> <td>48%</td> <td>41%</td> <td>24%</td> <td>16%</td> <td>18%</td> </tr> </tbody> </table>		Orientación ideológica					I	CI	C	CD	D	Vázquez Mota	4%	14%	19%	25%	26%	Peña Nieto	31%	30%	33%	48%	46%	López Obrador	48%	41%	24%	16%	18%	Sí
	Orientación ideológica																																				
	I	CI	C	CD	D																																
Vázquez Mota	4%	14%	19%	25%	26%																																
Peña Nieto	31%	30%	33%	48%	46%																																
López Obrador	48%	41%	24%	16%	18%																																
8	Consulta Mitofsky	Consulta Mitofsky	www.consulta.com.mx	Enero 2012	Medir las preferencias rumbo a la elección Presidencial en México 2012.	Entrevistas viviendas.	"PAN: 21%, PRI-PVEM: 38%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 18%, Nueva Alianza: 1%, No declara: 22%".	Sí																													
9	Grupo Reforma	Equipo de encuestas en los periódicos Reforma de	Periódico Reforma www.reforma.com	Enero 2012	Conocer las preferencias e intención de voto de miembros	Entrevistas telefónicas.	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">Preferencias</th> </tr> <tr> <th>Total de militantes</th> <th>Activos</th> <th>Adherentes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>JVM</td> <td>65%</td> <td>69%</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>EC</td> <td>17%</td> <td>17%</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>SC</td> <td>11%</td> <td>8%</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>		Preferencias			Total de militantes	Activos	Adherentes	JVM	65%	69%	60%	EC	17%	17%	17%	SC	11%	8%	15%	Sí										
	Preferencias																																				
	Total de militantes	Activos	Adherentes																																		
JVM	65%	69%	60%																																		
EC	17%	17%	17%																																		
SC	11%	8%	15%																																		

No.	Encuesta			Fecha publicación	Objetivo	Método de recolección	Resultado	Adopción de criterios																							
	Ordenó	Realizó	Publicó																												
		la Ciudad de México, El Norte de Monterrey y Mural de Guadalajara.			activos y adherentes del PAN, rumbo a la elección interna de ese partido político para seleccionar a su candidato presidencial.		<table border="1"> <tr> <td><i>Ninguno</i></td> <td>2%</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td><i>No sabe</i></td> <td>5%</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> </table>	<i>Ninguno</i>	2%	-	-	<i>No sabe</i>	5%	-	-																
<i>Ninguno</i>	2%	-	-																												
<i>No sabe</i>	5%	-	-																												
10	Sin información	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V.	Periódico Más por Más	Febrero 2012	Conocimiento del Clima Político.	Entrevistas viviendas y telefónicas.	“PAN: 22%, PRI-PVEM: 35%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 15%, PANAL: 1%, y No respuesta: 27%”.	No																							
11	El Universal	Buendía & Laredo, S.C.	Diario El Universal	Enero 2012	Medir las preferencias en el proceso interno para selección del candidat@ del PAN a la Presidencia de la República.	Entrevistas telefónicas.	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">Preferencias</th> </tr> <tr> <th>Militantes</th> <th>Activos</th> <th>Adherentes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><i>JVM</i></td> <td>57%</td> <td>67%</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td><i>SC</i></td> <td>22%</td> <td>13%</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td><i>EC</i></td> <td>18%</td> <td>16%</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td><i>NS/NC</i></td> <td>3%</td> <td>4%</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>		Preferencias			Militantes	Activos	Adherentes	<i>JVM</i>	57%	67%	55%	<i>SC</i>	22%	13%	24%	<i>EC</i>	18%	16%	18%	<i>NS/NC</i>	3%	4%	3%	Sí
	Preferencias																														
	Militantes	Activos	Adherentes																												
<i>JVM</i>	57%	67%	55%																												
<i>SC</i>	22%	13%	24%																												
<i>EC</i>	18%	16%	18%																												
<i>NS/NC</i>	3%	4%	3%																												
12	Organización Editorial Mexicana	Parametría SA de CV	El Sol de México	Enero 2012	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	Entrevistas viviendas.	“PAN: 20%, PRI-PVEM: 36%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 16%, Nueva Alianza: 1%, Ninguno 1%, No sabe: 4% y No contesta: 22%”.	Sí																							
13	BGC, Ulises Beltrán y	BGC, Ulises Beltrán y	Diario Excélsior	Enero 2012	Medir las preferencias	Entrevistas viviendas y	“PAN: 26%, PRI-PVEM-PANAL: 50%, PRD-PT-MC: 24%”. Se recalcula	Sí																							

No.	Encuesta			Fecha publicación	Objetivo	Método de recolección	Resultado	Adopción de criterios
	Ordenó	Realizó	Publicó					
	Asocs. S. C. y Excelsior S.A. de C.V.	Asocs. S. C.			electorales por partidos de la ciudadanía mexicana para el Proceso Electoral Federal del 1° de julio de 2012.	telefónicas.	eliminando la no respuesta.	
14	GEA-ISA	GEA-ISA	Fórmula de la Tarde y www.isa.org.mx	Enero 2012	Dar seguimiento al estado de la opinión pública y las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en el territorio nacional.	Entrevistas viviendas.	“PAN: 23.7%, PRI: 36.8%, PRD: 13.7%, Otros: 2.9% e Indefinido: 22.9%”.	Sí
15	GEA-ISA	GEA-ISA	www.isa.org.mx	Enero 2012	Dar seguimiento a las preferencias entre los afiliados hacia los aspirantes por el Partido Acción Nacional a la candidatura a la Presidencia	Entrevistas telefónicas.	“Ernesto Cordero: 15.2%, Santiago Creel: 14.2%, Josefina Vázquez Mota: 60.8%, e Indefinido: 9.8%”.	Sí

No.	Encuesta			Fecha publicación	Objetivo	Método de recolección	Resultado	Adopción de criterios															
	Ordenó	Realizó	Publicó																				
					de la República en 2012.																		
16	Demotecnia, División Análisis, S.C.	Demotecnia, División Análisis, S.C.	Periódico 24 horas y en el periódico en línea www.elpais.com	Febrero 2012	Medición de la percepción de los precandidatos del PAN para Presidente de la República.	Entrevistas telefónicas.	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th><i>Toda la muestra</i></th> <th><i>Identificados con el PAN</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><i>JVM</i></td> <td>33%</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td><i>SC</i></td> <td>24%</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td><i>EC</i></td> <td>8%</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td><i>No sabe / depende</i></td> <td>35%</td> <td>12%</td> </tr> </tbody> </table>		<i>Toda la muestra</i>	<i>Identificados con el PAN</i>	<i>JVM</i>	33%	60%	<i>SC</i>	24%	19%	<i>EC</i>	8%	9%	<i>No sabe / depende</i>	35%	12%	Sí
	<i>Toda la muestra</i>	<i>Identificados con el PAN</i>																					
<i>JVM</i>	33%	60%																					
<i>SC</i>	24%	19%																					
<i>EC</i>	8%	9%																					
<i>No sabe / depende</i>	35%	12%																					
17	Parametría SA de CV	Parametría SA de CV	www.parametria.com.mx	Febrero 2012	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	Entrevistas viviendas.	¿Usted se enteró que el PRI y el partido Nueva Alianza ya no irán en alianza en la próxima elección de Presidente de la República? “Sí se enteró: 42%, No se enteró: 57%, Ns/Nc: 1%”.	Sí															
18	Consulta Mitofsky	Consulta Mitofsky	www.consulta.com.mx	Febrero 2012	Medir las preferencias rumbo a la elección Presidencial en México 2012.	Entrevistas viviendas.	“Vázquez Mota: 24%, Peña Nieto: 40%, López Obrador: 18%, Sin candidato definido, Nueva Alianza: 1%, No declara. 17%”	Sí															

A continuación se detallan uno por uno, los estudios que en el periodo que se reporta fueron entregados a la Secretaría Ejecutiva:

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

Metodología	Objetivo	Medir las preferencias en el Distrito Federal 03 con cabecera en Cancún, Estado de Quintana Roo.	
	Marco muestral	Listado de secciones electorales y sus resultados.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos en viviendas particulares en el Distrito Federal 03 (Cancún).
		Procedimiento de selección de unidades	De manera sistemática se tomaron 50 secciones electorales del Distrito Federal 03 del Estado de Quintana Roo con cabecera en Cancún.
		Procedimiento de estimación	Estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	500 ciudadanos en el Distrito Federal 03 (Cancún). 50 secciones electorales del Distrito Federal 03 del Estado de Quintana Roo con cabecera en Cancún. En cada punto de muestreo se tomaron 2 manzanas (o grupo de viviendas en área rural), en cada manzana 5 viviendas y en cada vivienda un ciudadano.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra		Cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100	

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	veces, el error no sobrepasa el $\pm 2.8\%$.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	58.8%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas cara a cara en viviendas particulares.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Si el día de hoy fuera la elección para Diputado Federal por este distrito, ¿por cuál partido votaría</i>

usted? “PAN: 24.9%, PRI: 44.3%, PRD: 17.3%, Otro partido: 0.2% y No declara: 13.3%”.

En la elección para Diputado Federal, ¿Usted por quién votaría si los únicos candidatos fueran?
 “PAN, Marybel Villegas Canché: 21.1%, PRI-PVEM, Laura Fernández: 37.3%, PRD, Rafael Quintanar: 17%, Ninguno: 8.8%, NS-NC, 15.8%”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum empresarial
 - Alianza estratégica con Mitofsky International, desde hace 7 años;
 - Pertenece a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI).
- Escritura No. 25,099 de fecha 9 febrero de 1995, del Lic. Pedro Vázquez Nava, Notario 70 del D.F., donde se hace constar la constitución de Consulta, Consultores Asociados en Investigación de Opinión (Consulta Mitofsky).

¿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

Sí

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

salida, el día de la jornada electoral?	
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 26 al 28 de noviembre de 2011
Fecha de publicación de la encuesta	8 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	www.consulta.com.mx
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Política MX S.A. de C.V., Av. Orizaba No. 63, Fraccionamiento Veracruz, Xalapa Veracruz fiscal@politica.mx
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Consulta Mitofsky, Georgia # 38, Colonia Nápoles, México, D.F. Teléfono: (55) 5543-5969 consulta@consulta.com.mx
¿Quien publicó la encuesta?	Ídem
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su	Sí

publicación?

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

Metodología	Objetivo	Medir las preferencias rumbo a la elección Presidencial en México 2012.	
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2009.	
	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).
		Procedimiento de estimación	Estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar. 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	Cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.1\%$.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	57.1%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas cara a cara en viviendas particulares de territorio nacional.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Preferencia electoral para Presidente, sin</i>

candidatos (escenario con alianzas) “PAN: 21%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 39%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 18%”. No suma 100% porque no incluye a quienes no declaran preferencia.

Preferencia electoral para Diputado Federal (escenario con alianzas) “PAN: 19%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 35%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 15%”. No suma 100% porque no incluye a quienes no declaran preferencia.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum empresarial
 - Alianza estratégica con Mitofsky International, desde hace 7 años;
 - Pertenece a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI).
- Escritura No. 25,099 de fecha 9 febrero de 1995, del Lic. Pedro Vázquez Nava, Notario 70 del D.F., donde se hace constar la constitución de Consulta, Consultores Asociados en Investigación de Opinión (Consulta Mitofsky).

¿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

Sí

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?

¿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?

Sí

Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información

26 al 29 de diciembre de 2011

Fecha de publicación de la encuesta

10 de enero de 2012

¿Por qué medio se publicó la encuesta?

www.consulta.com.mx

¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?

www.consulta.com.mx

¿Quién patrocinó la encuesta?

Consulta Mitofsky,
Georgia # 38, Colonia Nápoles, México, D.F.
Teléfono: (55) 5543-5969
consulta@consulta.com.mx

¿Quién solicitó la encuesta?

Ídem

¿Quién ordenó la encuesta?

Ídem

¿Quien realizó la encuesta?

Ídem

¿Quien publicó la encuesta?

Ídem

¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?

Sí

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?

Sí

Metodología	Objetivo	Registrar el pulso político nacional.	
	Marco muestral	Registros telefónicos nacionales.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Los ciudadanos de la República Mexicana que cuentan con línea telefónica fija en su hogar.
		Procedimiento de selección de unidades	Polietápico aleatorio y sistemático sobre registros telefónicos nacionales. El número de caso por unidad de muestreo (localidad) fue determinado aproximadamente proporcional a la población, considerando la lista nominal electoral vigente.
		Procedimiento de estimación	Los resultados presentados son frecuencias simples.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,200 entrevistas efectivas, distribuidas en 16 entidades federativas representativas de las zonas, norte-noreste, centro, bajío y sur-sureste del territorio nacional.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Nivel de confianza del 95% y para cualesquiera estimaciones de proporciones, el margen máximo de error asociado a esta muestra es de $\pm 3.2\%$.
		Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.

Tasa general de rechazo general a la entrevista	Sin información.
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuesta telefónica.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	La base de datos que se generó producto de los procesos de levantamiento, codificación y captura fue validada en cuanto a su estructura y limpieza considerando el marco muestral, consistencia de las variables, rangos, cruces de variables y etiquetas. Para cualesquiera estimaciones de proporciones, el margen máximo de error asociado a esta muestra es de $\pm 3.2\%$.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	No
Principales resultados	¿Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, por cuál partido político votaría? “PAN: 20%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 41%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 15%, y No respuesta: 24%”.

¿Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, por cuál candidato votaría (escenario 1)? “Josefina Vázquez Mota: 19%, Enrique Peña Nieto: 45%, Andrés Manuel López Obrador: 17%, y No respuesta: 19%”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum Vitae de los principales socios
 - Socio Director desde 2006.
 - Socia Directora desde 2006.
- Formación académica de Directora Mónica Escamilla Cruz
 - Maestra en Administración
 - Licenciatura en Actuaría
- Escritura No. 70,766, del Licenciado Javier Cevallos Lujambio, Notario 110 del D.F., donde se hace constar en la parte de antecedentes que por escritura 62,542, de 6 de octubre de 2006, fue formalmente constituida VOTIA.

¿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?

Sí

¿Se especifica si el reporte de resultados contiene estimaciones de

Los resultados presentados son frecuencias simples.

resultados, pronósticos de votación o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la encuesta?

Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	3 al 4 de diciembre de 2011
Fecha de publicación de la encuesta	19 y 22 de diciembre de 2011
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Periódico Más por Más
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	<i>Sin información.</i>
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V., Eje 6 Sur (Av. Independencia) No 62-A Col. San Simón Ticumac, Del. Benito Juárez C.P. 03660, México D.F Teléfono: (55) 5539-5438 consultoria@votia.mx
¿Quien publicó la encuesta?	Periódico Más por Más
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No

Metodología	Objetivo	Conocer el posicionamiento de las diferentes fuerzas políticas a nivel nacional, las preferencias ciudadanas y factores que las motivan.	
	Marco muestral	Individuos de 18 y más años de edad que cuentan con credencial de elector.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos de 18 años y más con credencial de elector adscrita al domicilio de la entrevista.
		Procedimiento de selección de unidades	Polietápico, aleatorio y estratificado, se seleccionaron con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 40 secciones electorales en el territorio nacional para las encuesta en viviendas y 80 localidades para las telefónicas; en cada vivienda seleccionada se entrevistó cara a cara o vía telefónica, a un residente del hogar con credencial de elector vigente y domiciliada en lugar de la entrevista. El número de caso por unidad de muestreo (secciones/localidad) fue determinado aproximadamente proporcional a la población, considerando la lista nominal electoral vigente.
		Procedimiento de estimación	Los resultados presentados son frecuencias simples.
Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,200 entrevistas en la República Mexicana, 400 cara a cara en vivienda y 800 telefónicas,		

	distribuidas en 16 entidades federativas representativas de las zonas, norte-noreste, centro, bajío y sur-sureste del territorio nacional.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Nivel de confianza del 95% y para cualesquiera estimaciones de proporciones, el margen máximo de error asociado a esta muestra es de $\pm 3.2\%$.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	<i>Sin información.</i>
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuestas cara a cara en vivienda y telefónicas.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	La base de datos que se generó producto de los procesos de levantamiento, codificación y captura fue validada en cuanto a su estructura y limpieza considerando el marco muestral, consistencia de las variables, rangos, cruces de variables y etiquetas. Para cualesquiera estimaciones de proporciones, el

	margen máximo de error asociado a esta muestra es de $\pm 3.2\%$.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	No
Principales resultados	<p><i>¿Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, por cuál partido político votaría?</i> “PAN: 20%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 36%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 14%, y No respuesta: 30%”.</p> <p><i>¿Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, por cuál candidato votaría (escenario 1)?</i> “Josefina Vázquez Mota: 25%, Enrique Peña Nieto: 39%, Andrés Manuel López Obrador: 19%, y No respuesta: 18%”.</p>
Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública	<ul style="list-style-type: none"> • Currículum Vitae de los principales socios <ul style="list-style-type: none"> – Socio Director desde 2006. – Socia Directora desde 2006. • Formación académica de Directora Mónica Escamilla Cruz <ul style="list-style-type: none"> – Maestra en Administración

	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciatura en Actuaría • Escritura No. 70,766, del Licenciado Javier Cevallos Lujambio, Notario 110 del D.F., donde se hace constar en la parte de antecedentes que por escritura 62,542, de 6 de octubre de 2006, fue formalmente constituida VOTIA.
¿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?	Sí
¿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?	Los resultados presentados son frecuencias simples.
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 6 al 8 de diciembre de 2011
Fecha de publicación de la encuesta	10 y 11 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Periódico Más por Más
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	<i>Sin información.</i>
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quién realizó la encuesta?	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V.,

	Eje 6 Sur (Av. Independencia) No 62-A Col. San Simón Ticumac, Del. Benito Juárez C.P. 03660, México D.F Teléfono: (55) 5539-5438 consultoria@votia.mx
¿Quién publicó la encuesta?	Periódico Más por Más
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Solo copia del estudio.
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	Sí

Parametría

Enero de 2012

Metodología

Objetivo		Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.
Marco muestral		Secciones electorales reportadas por el IFE.
Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Mayores de 18 años que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés.
	Procedimiento de selección de unidades	Selección de secciones electorales, sistemático aleatorio con probabilidad proporcional a su tamaño. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
	Procedimiento de estimación	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
	Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 casos a nivel nacional. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
	Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Error teórico muestral de $\pm 3.1\%$, asociado al 95% de confianza estadística.

Parametría

Enero de 2012

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	66%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuesta en vivienda, persona a persona.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Validación en Excel y clean up en SPSS.
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Si hoy fuera la elección para Presidente de la República, ¿por cuál partido o alianza votaría usted? (Preferencia Bruta)</i> “PAN: 23%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 39%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 17%, Ninguno 1%, No sabe: 1% y No contesta: 19%”.

Si hoy fuera la elección para Presidente de la República, ¿por cuál partido o alianza votaría usted? (Preferencia Efectiva) “PAN: 28%, PRI-PVEM-Nueva Alianza: 49%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 23%”. La preferencia efectiva reasigna el porcentaje de “ninguno”, “no sabe” y “no contesta”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Formación académica del Director Asociado Mtro. Francisco Abundis Luna
 - Maestro en Ciencias por University of Oxford
 - Maestro en Relaciones Internacionales por Columbia University
 - Licenciado en Administración Pública por el Colegio de México
 - Ponente en diversas mesas sobre opinión pública
- Miembro de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) desde noviembre de 2003.
- Quinto Testimonio de la Escritura No. 82,811, de fecha 4 julio de 2001, del Dr. Othon Pérez Fernández del Castillo, Notario Público, número 63 del D.F., donde se hace constar la constitución de Parametría.

¿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?	Sí
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	2 al 6 de enero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	10 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	www.parametria.com.mx
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Parametría SA de CV, Benjamín Hill 185, Colonia Hipódromo Condesa, México, D.F. Teléfono: (55) 2614-0089 parametria@parametria.com.mx
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quién realizó la encuesta?	Ídem
¿Quién publicó la encuesta?	Ídem
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio	Sí

completo y la base de datos?

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación? Sí

Parametría

Enero de 2012

Metodología	Objetivo	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	
	Marco muestral	Secciones electorales reportadas por el IFE.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Mayores de 18 años que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés.
		Procedimiento de selección de unidades	Selección de secciones electorales, sistemático aleatorio con probabilidad proporcional a su tamaño. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
		Procedimiento de estimación	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 casos a nivel nacional. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Error teórico muestral de $\pm 3.1\%$, asociado al 95% de confianza estadística.

Parametría

Enero de 2012

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	62%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuesta en vivienda, persona a persona.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Validación en Excel y clean up en SPSS.
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Proceso interno del PAN. Independientemente de su preferencia partidista y su participación, si hubiera una elección para escoger al candidato del PAN a Presidente de la República, ¿por cuál de los siguientes candidatos votaría usted? (Población en general) “Santiago Creel: 18%, Ernesto Cordero: 9%, Josefina Vázquez</i>

Mota: 29%, Ninguno 29%, No sabe: 14% y No contesta: 1%”.

(Panistas) “Santiago Creel: 35%, Ernesto Cordero: 17%, Josefina Vázquez Mota: 38%, Ninguno 7%, No sabe: 3% y No contesta: 0%”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Formación académica del Director Asociado Mtro. Francisco Abundis Luna
 - Maestro en Ciencias por University of Oxford
 - Maestro en Relaciones Internacionales por Columbia University
 - Licenciado en Administración Pública por el Colegio de México
 - Ponente en diversas mesas sobre opinión pública
- Miembro de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) desde noviembre de 2003.
- Quinto Testimonio de la Escritura No. 82,811, de fecha 4 julio de 2001, del Dr. Othon Pérez Fernández del Castillo, Notario Público, número 63 del D.F., donde se hace constar la constitución de Parametría.

¿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?	Sí
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	6 al 9 de enero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	11 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	www.parametria.com.mx
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Parametría SA de CV, Benjamín Hill 185, Colonia Hipódromo Condesa, México, D.F. Teléfono: (55) 2614-0089 parametria@parametria.com.mx
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Ídem
¿Quien publicó la encuesta?	Ídem
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio	Sí

completo y la base de datos?

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación? Sí

Metodología	Objetivo	Conocer la relación que hay entre las intenciones de voto y las orientaciones ideológicas de los electores con miras a las elecciones Presidenciales del 1 de julio de 2012.
	Marco muestral	Listado de las secciones electorales definidas por el IFE. Se seleccionaron 101 puntos de las secciones manteniendo la proporción urbana-rural, las cuales sirvieron como puntos de levantamiento y recopilación de la información por vía de entrevistas.
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo
		Procedimiento de selección de unidades
		Procedimiento de

Mexicanos adultos (de 18 años o más) que viven en el territorio nacional. La muestra está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica, sociodemográfica (sexo y edad) y urbana-rural.

Selección de 101 puntos de levantamiento correspondientes a las secciones electorales del IFE, previamente estratificadas por el criterio urbano-rural. En cada punto se seleccionaron hogares de forma aleatoria sistemática y en cada hogar se seleccionó a un entrevistado siguiendo cuotas de sexo y edad.

Los resultados publicados se obtienen directamente

Grupo Reforma

Diciembre de 2011

estimación	de la encuesta.
Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,515 entrevistas personales, cara a cara, en la vivienda de las personas seleccionadas. El criterio de elegibilidad es que fueran mayores de edad y que vivieran en el domicilio seleccionado. 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 $\pm 2.5\%$ para el total de la muestra.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	El 20% de los entrevistados no contestó la pregunta de preferencia electoral argumentando que no votaría por “ninguno”, “no sabe”. Los porcentajes de votación no están recalculados.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	26%, calculada con base en los criterios establecidos por la Asociación Americana de Investigación de Opinión Pública.
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún	Entrevistas cara a cara, en la vivienda de cada entrevistado.

método alternativo)

Cuestionario o instrumento de captación utilizado

Sí

Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 1,515 entrevistados. Con un nivel de confianza de 95%, el margen de error de $\pm 2.5\%$.

Denominación del software utilizado para el procesamiento

La captura de la información se hizo a través del Software Sistema de Encuestas versión 2.2.0 diseñado por el Departamento de Sistemas de Grupo Reforma. El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores se hizo utilizando el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, SPSS para Windows, versión 15.0.

¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?

Sí

Principales resultados

Intención de voto según orientación ideológica. Si los candidatos a la Presidencia en 2012 fueran los siguientes, ¿usted por cuál votaría?

Aspirante	Orientación ideológica				
	Izquierda	Centro-izquierda	Centro	Centro-derecha	derecha
Vázquez Mota	4%	14%	19%	25%	26%
Peña Nieto	31%	30%	33%	48%	46%
López Obrador	48%	41%	24%	16%	18%

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- El periódico Reforma ha contado con su propio Departamento de Investigación de Opinión Pública desde sus inicios en 1993.
- Ha elaborado encuestas electorales para publicación en el diario, cubriendo todos los procesos federales y la mayoría de las elecciones estatales. No depende de financiamiento de terceros.
- Equipo de investigación de Opinión Pública bajo la coordinación de Alejandro Moreno, Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Michigan y actual Vice-Presidente y Presidente Electo de la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública, WAPOR por sus siglas en inglés.

¿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?

Sí

¿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?

Los resultados presentados son frecuencias simples.

Grupo Reforma

Diciembre de 2011

Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	25 al 27 de noviembre de 2011
Fecha de publicación de la encuesta	18 de diciembre de 2011
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Semanario Enfoque de Reforma www.reforma.com
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Grupo Reforma, Consorcio Interamericano de Comunicación S.A. de C.V. Av. México Coyoacán No. 40, Colonia Santa Cruz Atoyac, México, D.F. Teléfono: (55) 5628-7100 cartas@reforma.com
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Equipo de encuestas en los periódicos Reforma de la Ciudad de México, El Norte de Monterrey y Mural de Guadalajara. opinion publica@reforma.com
¿Quien publicó la encuesta?	Dirección Editorial del periódico Reforma
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

Metodología	Objetivo	Medir las preferencias rumbo a la elección Presidencial en México 2012.	
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2009.	
	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).
		Procedimiento de estimación	Estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar. 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	Cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.1\%$.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	61%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas cara a cara en viviendas particulares de territorio nacional.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Preferencia electoral para Presidente, sin</i>

candidatos (escenario con alianzas) “PAN: 21%, PRI-PVEM: 38%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 18%, Nueva Alianza: 1%, No declara: 22%”.

Preferencia electoral para Diputado Federal (escenario con alianzas) “PAN: 20%, PRI-PVEM: 35%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 16%, Nueva Alianza: 0.4%”. No suma 100% porque no incluye a quienes no declaran preferencia.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum empresarial
 - Alianza estratégica con Mitofsky International, desde hace 7 años;
 - Pertenece a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI).
- Escritura No. 25,099 de fecha 9 febrero de 1995, del Lic. Pedro Vázquez Nava, Notario 70 del D.F., donde se hace constar la constitución de Consulta, Consultores Asociados en Investigación de Opinión (Consulta Mitofsky).

¿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

Sí

Consulta Mitofsky

Enero de 2012

específicas del levantamiento de los datos, o en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral?

¿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?

Sí

Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información

14 al 18 de enero de 2012

Fecha de publicación de la encuesta

24 de enero de 2012

¿Por qué medio se publicó la encuesta?

www.consulta.com.mx

¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?

www.consulta.com.mx

¿Quién patrocinó la encuesta?

Consulta Mitofsky,
Georgia # 38, Colonia Nápoles, México, D.F.
Teléfono: (55) 5543-5969
consulta@consulta.com.mx

¿Quién solicitó la encuesta?

Ídem

¿Quién ordenó la encuesta?

Ídem

¿Quien realizó la encuesta?

Ídem

¿Quien publicó la encuesta?

Ídem

¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?

Sí

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?

Sí

Metodología	Objetivo	Conocer las preferencias e intención de voto de miembros activos y adherentes del PAN, rumbo a la elección interna de ese partido político para seleccionar a su candidato presidencial.		
	Marco muestral	Padrón de los miembros activos y adherentes del PAN, que incluye 1 millón 406 mil 220 personas. Del total de entrevistados, 53% dijo ser miembro activo y 47% adherente.		
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Miembros activos y adherentes del PAN. La muestra utilizada está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica, por estado de la República.	
		Procedimiento de selección de unidades	El padrón de miembros del PAN se estratificó por estados. Se seleccionaron números telefónicos de manera aleatoria simple, y finalmente el encuestador seleccionó a la persona, asegurándose de que efectivamente se trata del miembro del PAN citado en el padrón, ya sea activo o adherente.	
		Procedimiento de estimación	Los resultados publicados se obtienen directamente de la encuesta, no están filtrados ni ponderados.	
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	890 entrevistas personales, vía telefónica. El criterio de elegibilidad es que fueran miembros del PAN, ya sean activos o adherentes.	

Grupo Reforma

Enero de 2012

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 $\pm 3.3\%$ para el total de la muestra.

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta

El 7% de los entrevistados no contestó la pregunta de preferencia para candidato del PAN argumentando que no votaría por “ninguno”, “no sabe”. Los porcentajes de votación no están recalculados.

Tasa general de rechazo general a la entrevista

3.6%, que incluye solamente a las personas elegibles en la muestra que fueron seleccionadas y contactadas pero que declinaron participar en la encuesta o suspendieron la entrevista. La tasa fue calculada con base en los criterios establecidos por la Asociación Americana de Investigación de Opinión Pública.

Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)

Entrevistas realizadas telefónicamente. Es requisito para hacer la encuesta que la persona entrevistada haya confirmado ser miembro activo o adherente del PAN.

Cuestionario o instrumento de captación utilizado

Sí

Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de 890 entrevistados. Con un nivel de confianza de 95%, el margen de error de $\pm 3.3\%$.

Denominación del software utilizado para el procesamiento

La captura de la información se hizo a través del Sistema de Encuestas Reforma a través de CISCO, diseñado por el Departamento de Sistemas de Grupo Reforma, equivalente a entrevistas CATI (entrevistas telefónicas asistidas por computadora). El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores se hizo utilizando el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, SPSS para Windows, versión 16.0.

¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?

Sí

Principales resultados

Si la votación fuera hoy, ¿por quién votaría para que sea el candidato del PAN en las elecciones presidenciales?

<i>Precandidato</i>	<i>Preferencias</i>		
	<i>Total de militantes</i>	<i>Activos</i>	<i>Adherentes</i>
<i>Josefina Vázquez Mota</i>	65%	69%	60%
<i>Ernesto Cordero</i>	17%	17%	17%
<i>Santiago Creel Miranda</i>	11%	8%	15%
<i>Ninguno</i>	2%	-	-
<i>No sabe</i>	5%	-	-

Documentación que acredite especialización y formación académica en la

- El periódico Reforma ha contado con su propio

investigación de la opinión pública

Departamento de Investigación de Opinión Pública desde sus inicios en 1993.

- Ha elaborado encuestas electorales para publicación en el diario, cubriendo todos los procesos federales y la mayoría de las elecciones estatales. No depende de financiamiento de terceros.
- Equipo de investigación de Opinión Pública bajo la coordinación de Alejandro Moreno, Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Michigan y actual Vice-Presidente y Presidente Electo de la Asociación Mundial de Investigadores de Opinión Pública, WAPOR por sus siglas en inglés.

¿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?

Sí

¿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?

Los resultados presentados son frecuencias simples.

Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información

27 al 29 de enero de 2012

Fecha de publicación de la encuesta	31 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Periódico Reforma www.reforma.com
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Grupo Reforma, Consorcio Interamericano de Comunicación S.A. de C.V. Av. México Coyoacán No. 40, Colonia Santa Cruz Atoyac, México, D.F. Teléfono: (55) 5628-7100 cartas@reforma.com
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Equipo de encuestas en los periódicos Reforma de la Ciudad de México, El Norte de Monterrey y Mural de Guadalajara. opinion.publica@reforma.com
¿Quien publicó la encuesta?	Dirección Editorial del periódico Reforma
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	Sí

Metodología	Objetivo	Encuesta de Conocimiento del Clima Político.
	Marco muestral	<i>Sin información.</i>
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo
		Residente del hogar con credencial de elector vigente y domiciliada en lugar de la entrevista.
		Procedimiento de selección de unidades
		Polietápico, aleatorio y estratificado, se seleccionaron con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 40 secciones electorales en el territorio nacional para las encuesta en viviendas y 80 localidades para las telefónicas; en cada vivienda seleccionada se entrevistó cara a cara o vía telefónica, a un residente del hogar con credencial de elector vigente y domiciliada en lugar de la entrevista.
		Procedimiento de estimación
	Los resultados presentados son frecuencias simples.	
	Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,200 entrevistas en la República Mexicana, 500 cara a cara en vivienda y 700 telefónicas, distribuidas en 16 entidades federativas representativas de las zonas, norte-noreste, centro, bajío y sur-sureste del territorio nacional.
	Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra	Nivel de confianza del 95% y para cualesquiera estimaciones de proporciones, el margen máximo de error asociado a esta muestra es de $\pm 3.2\%$.

	seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	
	Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
	Tasa general de rechazo general a la entrevista	Sin información.
	Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuestas cara a cara en vivienda y telefónicas.
	Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Para cualesquiera estimaciones de proporciones, el margen máximo de error asociado a esta muestra es de $\pm 3.2\%$.
	Denominación del software utilizado para el procesamiento	Sin información.
	¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	No
	Principales resultados	¿Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, por cuál partido político votaría? "PAN: 22%, PRI-PVEM: 35%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 15%, PANAL: 1%, y No respuesta: 27%".

¿Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, por cuál candidato votaría (escenario 1)? “Josefina Vázquez Mota: 25%, Enrique Peña Nieto: 38%, Andrés Manuel López Obrador: 19%, y No respuesta: 18%”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum Vitae de los principales socios
 - Socio Director desde 2006.
 - Socia Directora desde 2006.
- Formación académica de Directora Mónica Escamilla Cruz
 - Maestra en Administración
 - Licenciatura en Actuaría
- Escritura No. 70,766, del Licenciado Javier Cevallos Lujambio, Notario 110 del D.F., donde se hace constar en la parte de antecedentes que por escritura 62,542, de 6 de octubre de 2006, fue formalmente constituida VOTIA.

¿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?

Sí

¿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?	Los resultados presentados son frecuencias simples.
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 27 al 28 de enero de 2012.
Fecha de publicación de la encuesta	1 de febrero de 2012.
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Periódico Más por Más
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	<i>Sin información.</i>
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	VOTIA Sistemas de Información S.A. de C.V., Eje 6 Sur (Av. Independencia) No 62-A Col. San Simón Ticumac, Del. Benito Juárez C.P. 03660, México D.F Teléfono: (55) 5539-5438 consultoria@votia.mx
¿Quien publicó la encuesta?	Periódico Más por Más
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	Sí

Metodología	Objetivo	Medir las preferencias en el proceso interno para selección del candidat@ del PAN a la Presidencia de la República.	
	Marco muestral	Listado de militantes del Registro Nacional de Miembros del Partido Acción Nacional.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Militantes activos y adherentes del Partido Acción Nacional.
		Procedimiento de selección de unidades	De manera probabilístico, estratificado y sistemático.
		Procedimiento de estimación	Los resultados que se presentan son frecuencias ponderadas, cuyo ponderador es definido como el inverso de la probabilidad de selección. Se ponderó con base en la proporción de militantes activos y adherentes.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	700 entrevistas efectivas (400 militantes activos y 300 adherentes).
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Considerando un efecto de diseño de 1.0 el error máximo de la encuesta es de ± 3.7 (p=50%) al 95% de confianza estadística.

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.															
Tasa general de rechazo general a la entrevista	Tasa de respuesta de 51%, RR1 de acuerdo a Estándar <i>Definitions</i> de AAPOR.															
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas estructuradas administradas telefónicamente por encuestadores empleando 40 unidades de CATI (<i>Computer-assited telephone interview</i>). No se ofreció a los entrevistados ningún tipo de incentivo para participar en el estudio.															
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí															
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados que se presentan son frecuencias ponderadas, cuyo ponderador es definido como el inverso de la probabilidad de selección.															
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Paquete R (www.cran.r-project.org)															
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí															
Principales resultados	<p><i>Preferencia interna. Ahora por favor dígame, de la siguiente lista, ¿Quién prefiere que sea el candidato del PAN para Presidente?</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3"><i>Preferencias</i></th> </tr> <tr> <th><i>Militantes</i></th> <th><i>Activos</i></th> <th><i>Adherentes</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><i>Josefina Vázquez Mota</i></td> <td>57%</td> <td>67%</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td><i>Santiago Creel</i></td> <td>22%</td> <td>13%</td> <td>24%</td> </tr> </tbody> </table>		<i>Preferencias</i>			<i>Militantes</i>	<i>Activos</i>	<i>Adherentes</i>	<i>Josefina Vázquez Mota</i>	57%	67%	55%	<i>Santiago Creel</i>	22%	13%	24%
	<i>Preferencias</i>															
	<i>Militantes</i>	<i>Activos</i>	<i>Adherentes</i>													
<i>Josefina Vázquez Mota</i>	57%	67%	55%													
<i>Santiago Creel</i>	22%	13%	24%													

<i>Ernesto Cordero</i>	18%	16%	18%
<i>NS/NC</i>	3%	4%	3%

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum empresarial
 - Miembro de la Transparency Initiative, un programa de la American Association for Public Opinion Research.
- Formación académica del Director Jorge Buendía
 - Doctor en ciencia política por la Universidad de Chicago
 - Maestro en Ciencia Política por la Universidad de Chicago
 - Miembro activo de la American Association for Public Opinion Research (AAPOR) y The World Association for Public Opinion Research (WAPOR).
 - Escritura 170528, de 21 de Julio de 2008, del Lic. Alfonso González Alonso, Notario Público número 31 del Distrito Federal, en donde se hace constar la constitución de Buendía y Laredo.

¿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

Sí

salida, el día de la jornada electoral?	
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 6 al 11 de enero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	16 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Diario El Universal
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	El Universal
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Buendía & Laredo, S.C., Arquímedes 130202, Col. Polanco. Delegación Miguel Hidalgo, CP. 11560, Ciudad de México Teléfono: (55) 5250-5908
¿Quien publicó la encuesta?	Diario El Universal
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No

Parametría

Enero de 2012

Metodología	Objetivo	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	
	Marco muestral	Secciones electorales reportadas por el IFE.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Mayores de 18 años que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés.
		Procedimiento de selección de unidades	Selección de secciones electorales, sistemático aleatorio con probabilidad proporcional a su tamaño. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
		Procedimiento de estimación	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 casos a nivel nacional. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Error teórico muestral de $\pm 3.1\%$, asociado al 95% de confianza estadística.

Parametría

Enero de 2012

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	66%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuesta en vivienda, persona a persona.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Validación en Excel y clean up en SPSS.
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Si hoy fuera la elección para Presidente de la República, ¿por cuál partido o alianza votaría usted? (Preferencia Bruta)</i> “PAN: 20%, PRI-PVEM: 36%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 16%, Nueva Alianza: 1%, Ninguno 1%, No sabe: 4% y No contesta: 22%”.

Si hoy fuera la elección para Presidente de la República, ¿por cuál partido o alianza votaría usted? (Preferencia Efectiva) “PAN: 27%, PRI-PVEM: 49%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 22% y Nueva Alianza: 2%”. La preferencia efectiva reasigna el porcentaje de “ninguno”, “no sabe” y “no contesta”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Formación académica del Director Asociado Mtro. Francisco Abundis Luna
 - Maestro en Ciencias por University of Oxford
 - Maestro en Relaciones Internacionales por Columbia University
 - Licenciado en Administración Pública por el Colegio de México
 - Ponente en diversas mesas sobre opinión pública
- Miembro de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) desde noviembre de 2003.
- Quinto Testimonio de la Escritura No. 82,811, de fecha 4 julio de 2001, del Dr. Othon Pérez Fernández del Castillo, Notario Público, número 63 del D.F., donde se hace constar la constitución de Parametría.

¿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?	Sí
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 28 al 31 de enero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	10 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	El Sol de México
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Organización Editorial Mexicana, SA de CV. Guillermo Prieto 7, Colonia San Rafael, México, DF, Delegación Cuauhtémoc. Teléfono: (55) 5546-9513
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quién realizó la encuesta?	Parametría SA de CV, Benjamín Hill 185, Colonia Hipódromo Condesa, México, D.F. Teléfono: (55) 2614-0089

Parametría

Enero de 2012

parametria@parametria.com.mx

¿Quién publicó la encuesta?

El Sol de México

¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?

Sí

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?

Sí

Metodología	Objetivo	Medir las preferencias electorales por partidos de la ciudadanía mexicana para el Proceso Electoral Federal del 1° de julio de 2012.
	Marco muestral	<p>Encuesta en viviendas: Listado de secciones electorales de la República Mexicana obtenido de los resultados oficiales de la elección para Diputado Federal del 2009.</p> <p>Encuesta telefónica: Número de líneas telefónicas que hay en cada lada-serie (prefijo). En México los números telefónicos constan de 10 dígitos y son el resultado de unir dos segmentos: el primero (prefijo) de 6 dígitos y el segundo (sufijo) constituido por los últimos 4 de un número telefónico. Al prefijo lo conforma la unión de la clave lada y el número de serie e identifica una pequeña región geográfica del país. Las series constituyen un conglomerado de números telefónicos que comparten el mismo prefijo. De estos conglomerados se derivan todos los números de la red telefónica de México. Al tomar este conjunto de conglomerados como marco muestral se garantiza que todos los números telefónicos (aun los privados) puedan salir seleccionados. El marco</p>

		tiene una cobertura total.
Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	<p>Encuesta en viviendas: personas mayores de 18 años con credencial para votar que radican en el país.</p> <p>Encuesta telefónica: personas mayores de 18 años que cuentan con teléfono en su vivienda.</p>
	Procedimiento de selección de unidades	<p>Encuesta en viviendas: selección de secciones electorales mediante muestreo aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño de la sección, donde el tamaño está definido por el listado nominal. La selección de la manzana y la vivienda corresponde a un proceso sistemático, y la selección del entrevistado mediante selección aleatoria.</p> <p>Encuesta telefónica: selección aleatoria de tipo sistemático, por lo que la muestra resultante es una muestra aleatoria autoponderada.</p>
	Procedimiento de estimación	<p>Los estimadores se calculan considerando el factor de expansión generado como el inverso de la probabilidad de selección del entrevistado. Los resultados de las preferencias electorales se basan en estimación de votantes probables con base en la metodología de la propia empresa.</p>

Tamaño y forma de obtención de la muestra 1,200 entrevistas efectivas en viviendas, y 604 entrevistas telefónicas. Las muestras se obtienen aleatoriamente a partir del marco muestral descrito.

Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias El tamaño de la muestra nos permitió un nivel de confianza del 95% y un margen de error teórico máximo de $\pm 3.1\%$ para la encuesta en viviendas y $\pm 4.1\%$ en encuesta telefónica.

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta Bajo el supuesto de que la preferencia política (voto) de quienes no respondan la entrevista se distribuye igual que la de quienes sí contesten, la no respuesta será reportada pero eliminada en la estimación de las proporciones. La frecuencia (%) de la “No respuesta” a la pregunta de preferencia electoral para Presidente:

<i>Tipo de no respuesta</i>	<i>En vivienda</i>	<i>Telefónica</i>
<i>Ninguno</i>	3.6	8.7
<i>No sabe</i>	10.3	19.6
<i>No contestó (en blanco)</i>	3.1	1.8
<i>Anulado</i>	2.3	-
<i>No respuesta total</i>	19.3	30.1

Tasa general de rechazo general a la entrevista 47.7% encuesta en vivienda, y 70% encuesta telefónica.

Método de recolección de la información **Encuesta en viviendas:** entrevista cara a cara

(mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	realizada en la vivienda del entrevistado. Encuesta telefónica: la entrevista la realiza un agente telefónico y el proceso de recopilación de la información se realiza mediante el sistema CATI (<i>Computer Assisted Telephone Interview</i>) y marcación aleatoria.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Para el análisis de los datos se consideró el factor de expansión generado como el inverso de la probabilidad de selección del entrevistado, también se consideraron factores de ajuste por no respuesta y por desviaciones de los parámetros poblacionales de sexo y edad (Censo 2010). De esta manera los resultados expresados no son sólo datos descriptivos de la muestra sino estimadores del total de la población objetivo (personas de 18 años y más de ambos sexos). Los intervalos de confianza al 95% se calculan como la suma del estimador puntual y ± 1.96 veces el error estándar.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí

Principales resultados

En este año se elige Presidente de la República. Si el día de hoy fueran las elecciones para elegir Presidente de la República, ¿por cuál votaría usted? (preferencias efectivas-proyección BGC-Excelsior) “PAN: 26%, PRI-PVEM-PANAL: 50%, PRD-PT-MC: 24%”. Se recalcula eliminando la no respuesta.

El PAN va escoger a su candidato presidencial en febrero. Dígame por favor, entre Josefina Vázquez Mota, Ernesto Cordero y Santiago Creel, ¿a quién prefiere que sea el candidato del PAN a la Presidencia de la República? (preferencias efectivas) “Josefina Vázquez Mota: 61%, Santiago Creel: 28%, Ernesto Cordero: 11%”. Se recalcula eliminando la no respuesta.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Formación académica del Director General, Ulises Beltrán Ugarte
 - Doctor en Historia Económica en la Universidad de Chicago
 - Licenciado en Sociología
 - Miembro del Consejo de Directores del Roper Center for Public Opinion Research y del Comité de Planeación del Comparative Study

	<p>of Electoral Systems</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pertenece a WAPOR, Asociación Internacional del Gremio de la Opinión Pública. • Escritura No. 84,632, de fecha 11 junio de 2001, del C. Francisco Javier Arce Gargollo, Notario Público número 74, del D.F., se hace constar la constitución de BGC. Ulises Beltran y Asociados.
¿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?	Sí
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	<p>Encuesta en vivienda: entre el 26 y 30 de diciembre de 2011.</p> <p>Encuesta telefónica: entre el 6 y 7 de enero de 2012.</p>
Fecha de publicación de la encuesta	10 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Diario Excélsior
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem

¿Quién patrocinó la encuesta?	<p>Iniciativa conjunta de BGC, Ulises Beltrán y Asocs. S. C. y Excélsior S.A. de C.V. <u>Datos de BGC, Ulises Beltrán y Asocs. S.C.</u> Mexicali 48, Col. Hipódromo Condesa, Delegación Cuauhtémoc C.P. 06100, México, D.F. Teléfono: (55) 5211-3044 leticiajuarez@bgc.com.mx alejandrocruz@bgc.com.mx <u>Datos de Periódico Excélsior, S.A. de C.V.</u> Bucareli No. 1, Col. Centro, C.P. 06600, México, D.F. Teléfono: (55) 5128-3000 pascal.beltrandelrio@nuevoexcelsior.com.mx</p>
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	<p>BGC, Ulises Beltrán y Asocs. S. C. Mexicali 48, Col. Hipódromo Condesa, Delegación Cuauhtémoc C.P. 06100, México, D.F. Teléfono: 5211-3044 leticiajuarez@bgc.com.mx alejandrocruz@bgc.com.mx</p>
¿Quien publicó la encuesta?	Periódico Excélsior, S.A. de C.V.
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No
--	----

Metodología	Objetivo	Dar seguimiento al estado de la opinión pública y las preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos residentes en el territorio nacional.	
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en el territorio nacional, con resultados oficiales de las últimas cuatro elecciones federales.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos mexicanos residentes en viviendas particulares dentro del territorio nacional.
		Procedimiento de selección de unidades	Selección aleatoria con probabilidad proporcional a tamaño de 100 secciones electorales; selección de 10 viviendas por sección, mediante recorrido aleatorio; 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.
Procedimiento de estimación		Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en el empleo de factores de expansión muestral, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en 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.
Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 casos efectivos.
Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	$\pm 4\%$, al 95% de confianza.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	27%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas personales (cara a cara) en hogares.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en el empleo de factores de expansión muestral, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en muestra.
Denominación del software utilizado para el	Captura de datos en WINCATI y procesados con

procesamiento

SPSS.

¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?

Sí

Principales resultados

Si tuviera que votar en este momento para elegir Presidente de la República, ¿por cuál partido votaría usted? “PAN: 23.7%, PRI: 36.8%, PRD: 13.7%, Otros: 2.9% e Indefinido: 22.9%”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- GEA, formación académica de directivos
 - Mauricio A. González, maestro en ciencias sociales por la Universidad de Chicago
 - Ernesto Cervera, maestro en economía por la Universidad de California
 - Gabriel V. Olivares, maestro en economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México
 - Verónica Ortiz Ortega, licenciada en derecho
- Escritura No. 53,941 de fecha 7 septiembre de 1990, del Lic. Francisco Javier Arce Gargollo, Notario Público número 74 del D.F., en donde se hace constar la constitución de Gea Grupo de Economistas y Asociados.
- ISA, formación académica de director Ricardo de la Peña

	<ul style="list-style-type: none"> • Diplomado en Análisis Político – Diplomado en Economía Aplicada – Asociado al Consejo de Investigadores de la Opinión Pública, A.C. • Miembro de la ESOMAR • Escritura No. 31,636 de 20 octubre 2008, del Lic. Enrique Dávila Meza, Notario Público número 92 del D.F., en donde se hace constar la constitución de Indagaciones y Soluciones Avanzadas “ISA”.
¿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?	Sí
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 21 al 23 de enero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	26 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Internet y Fórmula de la Tarde
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	www.isa.org.mx

¿Quién patrocinó la encuesta?	<p>GEA-ISA, GEA Grupo de Economistas y Asociados, SC Pestalozzi 522 Col. Narvarte CP 03020, México D.F. Teléfono: (55)56239-9205 mgg@gea.structura.com.mx</p> <p>ISA Investigaciones Sociales Aplicadas, SC Minerva 359, Col. Florida, CP 01030, México D.F. Teléfono: (55) 5534-0151 ricartur@isa.org.mx</p>
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Ídem
¿Quien publicó la encuesta?	Fórmula de la Tarde
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Solo copia del estudio.
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No

Metodología	Objetivo	Dar seguimiento a las preferencias entre los afiliados hacia los aspirantes por el Partido Acción Nacional a la candidatura a la Presidencia de la República en 2012.	
	Marco muestral	Padrón de afiliados al Partido Acción Nacional.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos registrados en el padrón de afiliados al Partido Acción Nacional en abril de 2011, que cuentan con línea telefónica en su domicilio.
		Procedimiento de selección de unidades	Selección aleatoria automática de números telefónicos a partir de un padrón de afiliados al mes de abril de 2011, que cuentan con línea telefónica en su domicilio.
		Procedimiento de estimación	Los resultados presentados son frecuencias simples de los casos observados.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	600 casos efectivos.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	$\pm 4\%$, al 95% de confianza.

GEA-ISA

Enero de 2012

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	73%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas telefónicas asistidas por computadora.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en el empleo de factores de expansión muestral, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en muestra.
Denominación del software utilizado para el procesamiento	Captura de datos en WINCATI y procesados con SPSS.
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Si tuviera que votar en este momento para decidir la candidatura del PAN a la Presidencia de la República para 2012, ¿por quién votaría usted?</i> “Ernesto Cordero: 15.2%, Santiago Creel: 14.2%, Josefina Vázquez Mota: 60.8%, e Indefinido: 9.8%”.
Documentación que acredite especialización y formación académica en la	<ul style="list-style-type: none"> • GEA, formación académica de directivos

investigación de la opinión pública

- Mauricio A. González, maestro en ciencias sociales por la Universidad de Chicago
- Ernesto Cervera, maestro en economía por la Universidad de California
- Gabriel V. Olivares, maestro en economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México
- Verónica Ortiz Ortega, licenciada en derecho
- Escritura No. 53,941 de fecha 7 septiembre de 1990, del Lic. Francisco Javier Arce Gargollo, Notario Público número 74 del D.F., en donde se hace constar la constitución de Gea Grupo de Economistas y Asociados.
- ISA, formación académica de director Ricardo de la Peña
 - Diplomado en Análisis Político
 - Diplomado en Economía Aplicada
 - Asociado al Consejo de Investigadores de la Opinión Pública, A.C.
 - Miembro de la ESOMAR
- Escritura No. 31,636 de 20 octubre 2008, del Lic. Enrique Dávila Meza, Notario Público número 92 del D.F., en donde se hace constar la

	constitución de Indagaciones y Soluciones Avanzadas "ISA".
¿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?	Sí
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	Del 20 al 21 de enero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	26 de enero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	www.isa.org.mx
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	GEA-ISA, GEA Grupo de Economistas y Asociados, SC Pestalozzi 522 Col. Narvarte CP 03020, México D.F. Teléfono: (55)56239-9205 mgg@gea.estructura.com.mx ISA Investigaciones Sociales Aplicadas, SC Minerva 359, Col. Florida, CP 01030, México D.F. Teléfono: (55) 5534-0151

	ricartur@isa.org.mx
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Ídem
¿Quien publicó la encuesta?	www.isa.org.mx
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Solo copia del estudio.
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No

Demotecnia

Febrero de 2012

Metodología	Objetivo	Medición de la percepción de los precandidatos del PAN para Presidente de la República.	
	Marco muestral	Listado de teléfonos del país.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Ciudadanos que cuentan con teléfono en sus viviendas y que al momento de realizar la entrevista de cada ronda tuvieran más de 18 años de edad.
		Procedimiento de selección de unidades	Muestreo aleatorio simple sobre el listado de teléfonos del país, entrevista a la persona que contestó el teléfono, siempre y cuando cumplieran con los requisitos descritos de población objetivo.
		Procedimiento de estimación	Se calcularon las frecuencias para todas y cada una de las variables del estudio.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	500 entrevistas telefónicas. Las personas a entrevistar se seleccionaron de la siguiente manera: Se seleccionaron de manera aleatoria 500 números del listado de teléfonos del país. Se entrevistó a la persona que contestó el teléfono, siempre y cuando tuviera más de 18 años de edad.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias	Con el 95% de confianza, el error estadístico máximo que se tiene es de $\pm 4.5\%$.

Demotecnia

Febrero de 2012

o tendencias

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta

Para compensar la no-respuesta se seleccionó un tamaño de muestra 10% mayor al necesario.

Tasa general de rechazo general a la entrevista

20%

Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)

En viviendas particulares mediante entrevistas “telefónicas”.

Cuestionario o instrumento de captación utilizado

Sí

Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Se calcularon las frecuencias para todas y cada una de las variables del estudio.

Denominación del software utilizado para el procesamiento

Instrumentos propios.

¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?

Sí

Principales resultados

La elección del candidato del PAN a la presidencia va a ser mediante una consulta entre miembros de ese partido solamente, pero suponiendo que fuera una elección abierta para toda la ciudadanía, ¿usted por cuál de ellos votaría?

	<i>Toda la muestra</i>	<i>Identificados con el PAN</i>
<i>Josefina Vázquez Mota</i>	33%	60%
<i>Santiago Creel</i>	24%	19%
<i>Ernesto Cordero</i>	8%	9%

Demotecnia

Febrero de 2012

	<i>No sabe / depende</i>	35%	12%
Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública	<ul style="list-style-type: none"> • Currículum empresarial <ul style="list-style-type: none"> – Realización de estudios de investigación en prácticamente todas las entidades del país; – Realización de estudios de opinión en diversas elecciones. • Escritura No. 17,792 de fecha 22 octubre de 1993, del Licenciado Francisco Xavier Arredondo Galván, Notario Público número 173 del D.F., donde se hace constar la constitución de Demotecnia División Análisis. 		
¿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?	Sí		
¿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?	Se calcularon las frecuencias para todas y cada una de las variables del estudio.		
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	21 enero de 2012		
Fecha de publicación de la encuesta	24 enero de 2012		
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	Periódico 24 horas y en el periódico en línea		

	www.elpais.com
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	www.elpais.com
¿Quién patrocinó la encuesta?	Demotecnia, División Análisis, S.C. Cerro del Chiquihuite No.172, Col. Campestre Churubusco, C.P.04200, Delegación Coyoacán, México, D.F. Teléfono: (55) 5544-4378 rodrigo@demotecnia.com
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Ídem
¿Quien publicó la encuesta?	Periódico 24 horas y en el periódico en línea www.elpais.com
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Solo copia del estudio.
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	No

Parametría

Febrero de 2012

Metodología	Objetivo	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos.	
	Marco muestral	Secciones electorales reportadas por el IFE.	
	Diseño Muestral	Definición de la población objetivo	Mayores de 18 años que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés.
		Procedimiento de selección de unidades	Selección de secciones electorales, sistemático aleatorio con probabilidad proporcional a su tamaño. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
		Procedimiento de estimación	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 casos a nivel nacional. Selección de viviendas, sistemático con arranque simple aleatorio, y selección de unidades de observación aleatoria simple.
		Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	Error teórico muestral de $\pm 3.1\%$, asociado al 95% de confianza estadística.

Parametría

Febrero de 2012

Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	68%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Encuesta en vivienda, persona a persona.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Validación en Excel y clean up en SPSS.
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<p><i>¿Usted se enteró que el PRI y el partido Nueva Alianza ya no irán en alianza en la próxima elección de Presidente de la República? “Sí se enteró: 42%, No se enteró: 57%, Ns/Nc: 1%”.</i></p> <p><i>Por lo que usted sabe o ha escuchado, ¿quién decidió romper la alianza el PRI o Nueva Alianza?</i></p>

“El PRI: 34%, Nueva Alianza: 24%, Ambos: 20%, No sabe: 20% y No contesta: 2%”.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Formación académica del Director Asociado Mtro. Francisco Abundis Luna
 - Maestro en Ciencias por University of Oxford
 - Maestro en Relaciones Internacionales por Columbia University
 - Licenciado en Administración Pública por el Colegio de México
 - Ponente en diversas mesas sobre opinión pública
- Miembro de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) desde noviembre de 2003.
- Quinto Testimonio de la Escritura No. 82,811, de fecha 4 julio de 2001, del Dr. Othon Pérez Fernández del Castillo, Notario Público, número 63 del D.F., donde se hace constar la constitución de Parametría.

¿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

Sí

salida, el día de la jornada electoral?	
¿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?	Sí
Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información	2 al 4 de febrero de 2012
Fecha de publicación de la encuesta	13 de febrero de 2012
¿Por qué medio se publicó la encuesta?	www.parametria.com.mx
¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?	Ídem
¿Quién patrocinó la encuesta?	Parametría SA de CV, Benjamín Hill 185, Colonia Hipódromo Condesa, México, D.F. Teléfono: (55) 2614-0089 parametria@parametria.com.mx
¿Quién solicitó la encuesta?	Ídem
¿Quién ordenó la encuesta?	Ídem
¿Quien realizó la encuesta?	Ídem
¿Quien publicó la encuesta?	Ídem
¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?	Sí
¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?	Sí

Consulta Mitofsky

Febrero de 2012

Metodología	Objetivo	Medir las preferencias rumbo a la elección Presidencial en México 2012.	
	Marco muestral	Listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2009.	
	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).
		Procedimiento de estimación	Estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
		Tamaño y forma de obtención de la muestra	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar. 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	Cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las

Consulta Mitofsky

Febrero de 2012

implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias	estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.1\%$.
Frecuencia y tratamiento de la no respuesta	Se incluye en los resultados el porcentaje de la no respuesta.
Tasa general de rechazo general a la entrevista	60.8%
Método de recolección de la información (mediante entrevistas persona a persona o algún método alternativo)	Entrevistas cara a cara en viviendas particulares de territorio nacional.
Cuestionario o instrumento de captación utilizado	Sí
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	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
¿La encuesta adopta los criterios generales de carácter científico emitidos por el IFE?	Sí
Principales resultados	<i>Preferencia electoral para Presidente (escenario</i>

con alianzas, preferencia “bruta”) “Vázquez Mota: 24%, Peña Nieto: 40%, López Obrador: 18%, Sin candidato definido, Nueva Alianza: 1%, No declara. 17%”

Preferencia electoral para Diputado Federal (escenario con alianzas) “PAN: 20%, PRI-PVEM: 35%, PRD-PT-Movimiento Ciudadano: 16%, Nueva Alianza: 1%”. No suma 100% porque no incluye a quienes no declaran preferencia.

Documentación que acredite especialización y formación académica en la investigación de la opinión pública

- Currículum empresarial
 - Alianza estratégica con Mitofsky International, desde hace 7 años;
 - Pertenece a la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI).
- Escritura No. 25,099 de fecha 9 febrero de 1995, del Lic. Pedro Vázquez Nava, Notario 70 del D.F., donde se hace constar la constitución de Consulta, Consultores Asociados en Investigación de Opinión (Consulta Mitofsky).

¿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

Sí

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?

¿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?

Sí

Fecha en que se llevó a cabo el levantamiento de información

6 al 8 de febrero de 2012

Fecha de publicación de la encuesta

9 de febrero de 2012

¿Por qué medio se publicó la encuesta?

www.consulta.com.mx

¿Cuál fue el medio original de publicación de la encuesta?

www.consulta.com.mx

¿Quién patrocinó la encuesta?

Consulta Mitofsky,
Georgia # 38, Colonia Nápoles, México, D.F.
Teléfono: (55) 5543-5969
consulta@consulta.com.mx

¿Quién solicitó la encuesta?

Ídem

¿Quién ordenó la encuesta?

Ídem

¿Quien realizó la encuesta?

Ídem

¿Quien publicó la encuesta?

Ídem

¿Entrega en medio impreso, magnético u óptico de la copia del estudio completo y la base de datos?

Sí

¿La entrega se cumple dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación?

Sí

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, en colaboración con las Juntas Locales Ejecutivas Locales del IFE, la Secretaría Ejecutiva ha remitido oficios a los siguientes medios:

- “Chiapas Hoy” del Estado de Chiapas (No. SE/347/2012);
- “La Opinión Milenio” del Estado de Durango (No. SE/338/2012);
- “Periódico Milenio” del Distrito Federal (No. SE/339/2012);
- “Correo” del Estado de Guanajuato (No. SE/346/2012);
- “El Sur Periódico de Guerrero” del Estado de Guerrero (No. SE/260/2012);
- “Criterio Hidalgo” del Estado de Hidalgo (No. SE/125/2012);
- “La Jornada Oriente” del Estado de Puebla (No. SE/339/2012);
- “Conferencia de prensa del CEN del PAN” (No. SE/422/2012);
- “Por esto” del Estado de Yucatán y “Por esto de Quintana Roo” del Estado de Quintana Roo (No. SE/266/2012);
- “El Debate” del Estado de Sinaloa (No. SE/258/2012);
- “Diario del Yaqui” (No. SE/257/2012), y “El Imparcial” (No. SE/259/2012), ambos del Estado de Sonora;
- “Contacto Matamoros” (No. SE/342/2012), y “Milenio Diario de Tampico” (No. SE/341/2012), ambas del Estado de Tamaulipas; y
- “Milenio – El Portal” (No. SE/340/2012), e “Imagen de Veracruz” (No. SE/339bis/2012), ambas del Estado de Veracruz.

Respecto a la solicitud a “El Heraldó” de San Luis Potosí en el mes de enero, ésta Secretaria Ejecutiva no ha recibido la información requerida. En el caso de “Más por Más”, con escrito de fecha 26 de enero de 2012, se informó que será la empresa “VOTIA, Sistemas de Información S.A. de C.V.” quien atenderá la solicitada, y como se observa en el apartado de estudios recibidos, la empresa envió copia del estudio.

LISTADO DE QUIENES PRETENDEN REALIZAR Y PUBLICAR CUALQUIER ENCUESTA DE SALIDA O CONTEO RÁPIDO

Se informa que en el periodo que se reporta, se han recibido los siguientes escritos:

- Ing. Antonio Manuel de Jesús Ramos Niembro, Catedrático de la Universidad Popular Autónoma de Veracruz, con fecha 27 de enero de 2012.
- Lic. Cinthya Gómez Reyes, Directora General de Marketing del Golfo, con fecha 3 de febrero de 2012.

En ambos casos, se solicita a ésta autoridad electoral la autorización para realizar encuestas por muestreo durante el PEF 2011-2012, así como encuestas de salida y conteos rápidos durante la jornada electoral del 1° de julio de 2012. En respuesta a los escritos, se explicó el sentido del Acuerdo CG411/2011, por lo que no se actualiza lo previsto en los Acuerdos **Cuarto** y **Quinto** del Acuerdo CG411/2011.

CONCLUSIONES

1. Puede decirse que la actividad demoscópica en el PEF 2011-2012 ha crecido de un modo muy notable: 3 veces y medio al número que se habían realizado en el mismo lapso, durante 2009.

Mes	PEF 2009	PEF 2012	Variación
Enero	3	4	33%
Febrero	4	18	350%
Marzo	6	**	
Abril	4	**	
Mayo	8	**	
Junio	22	**	
Julio	6	**	
Total	53	22	

Como se aprecia en el cuadro, para mediados de febrero, ya han sido publicadas casi la mitad de las encuestas que se habían difundido tres años antes.

2. Las empresas más conocidas y reconocidas, que trabajan haciendo muestreos a escala nacional, han cumplido estricta y puntualmente con sus obligaciones ante el IFE, entregando sus estudios, sus bases de datos, métodos y resultados. De tal manera que las autoridades electorales, la opinión pública, los partidos y los

ciudadanos, cuentan ahora con la posibilidad de reconstruir y reconocer los resultados de las encuestas que han sido publicadas.

3. Un hecho diferente ocurre en el caso de los periódicos y las casas encuestadoras del ámbito local. Como se constata en el presente Informe, existen 13 casos –casi todos en los estados de la República- que no presentaron sus estudios ni ningún elemento que permita reconocer la calidad científica de su publicación. Por ello, parece urgente tomar nuevas medidas de difusión del Acuerdo del Consejo General (CG411/2011), especialmente, en el interior del país.
4. La obligación novedosa, colocada en dicho Acuerdo del Consejo General en 2011, según la cual, debe ser entregada la base de datos del estudio al Instituto, es el problema más importante que todavía exhiben un número reducido de empresas encuestadoras.
5. No obstante existen otros casos, más serios, de casas encuestadoras a quienes les ha resultado muy difícil acreditar el conjunto de los elementos de carácter científico que solicita el Instituto.
6. El presente Informe no valida ni analiza la eficacia científica de los estudios publicados; simplemente ordena los elementos que le fueron presentados y expone su existencia y presentación ante la autoridad. Lo único que valora, es pues, el cumplimiento del Acuerdo y la presentación de los documentos que acreditan el trabajo demoscópico con los criterios científicos comúnmente aceptados.
7. El propósito general es que el conjunto de actores en el proceso electoral y la opinión pública toda, tenga los elementos necesarios para discernir y separar los trabajos serios y profesionales de los que no lo son.
8. El Instituto Federal Electoral ha procurado mantener la comunicación y una estrecha vinculación con los profesionales de la demoscopia, y así lo seguirá haciendo. En el presente Informe se exponen, por estricto orden de entrega cronológica, los estudios publicados entre enero y febrero, para proveer de un cuadro cierto de la calidad y rigor de las encuestas electorales publicadas en el presente proceso electoral.