



CONSULTA MITOFSKY

Empresa certificada en ESIMM

ESTADO DE TABASCO



ENCUESTA EN VIVIENDAS

Junio 2006

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



www.consulta.com.mx

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

ÍNDICE

RESULTADOS A DESTACAR	3
ENTORNO PREELECTORAL	5
VARIABLES PARTIDISTAS.....	6
ELECCIÓN PARA SENADORES POR TABASCO.....	9
ELECCIÓN PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA.....	12
SITUACIÓN ECONÓMICA Y PROBLEMÁTICA.....	14
ACUERDO CON AUTORIDADES	19
METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA EN VIVIENDAS SOBRE TENDENCIAS ELECTORALES	20

RESULTADOS A DESTACAR

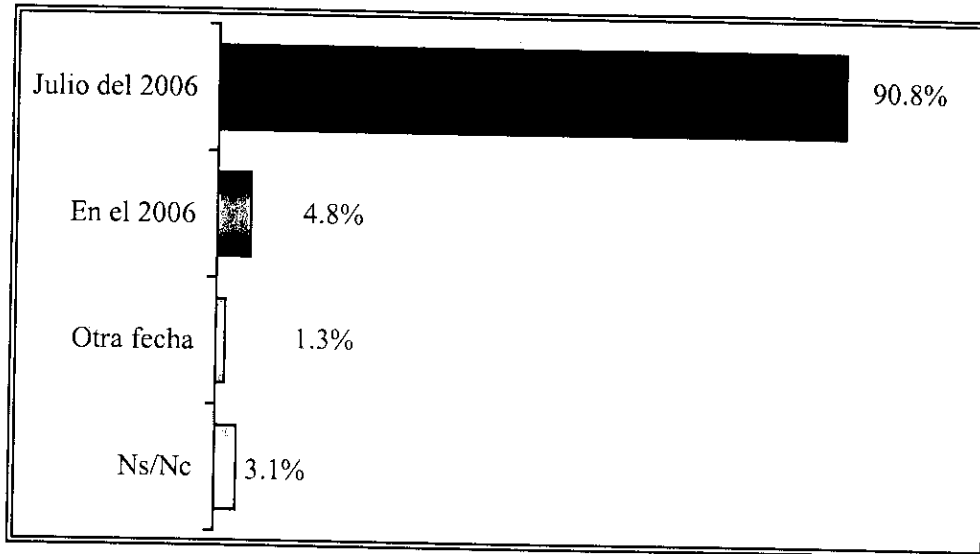
Advertencia: Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta, nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral, y por lo tanto los resultados no tienen porqué replicarse.

- ✓ Con sólo algunas semanas de por medio para que se celebren las elecciones federales en nuestro país, 9 de cada 10 ciudadanos de Tabasco mencionan correctamente la fecha en que se realizaran. De manera lógica la elección para presidente de México es la más mencionada de manera espontánea (93%).
- ✓ En las simpatías partidistas de la población el PRI es el partido con mayor presencia con 41% de los ciudadanos que se identifican con él, en la segunda posición se ubica el PRD que cuenta con 31% de partidarios, mientras que el PAN sólo tiene 5% de adeptos. El segmento de la población que no se identifica con los partidos políticos es de 20% lo que nos indica un bajo grado de volatilidad en los electores tabasqueños.
- ✓ Entre los candidatos al senado por el estado de Tabasco, son dos los que destacan de manera particular por el nivel de reconocimiento que consiguen sus nombres, Arturo Núñez Jiménez y Francisco Herrera León quienes son identificados por el 49% y el 45% de los ciudadanos respectivamente ambos encabezan las fórmulas de las alianzas en las que compiten el PRD y el PRI. Le sigue las segundas fórmulas de estos partidos Rosalinda López Hernández y Jorge Abdo Francis con 39% y 37% de reconocimiento respectivamente, más atrás los panistas Carlos Alberto Valenzuela Cabrales y Armando Olan Niño consiguen 18% cada uno, al resto de los candidatos cuando mucho el 10% de la población los identifica. En las evaluaciones que se les asignan los cuatro primeros son los que obtienen las mejores evaluaciones.

- ✓ En la contienda electoral para senadores por Tabasco la alianza del PRI-PVEM tiene la delantera con el 44% de los apoyos, en la segunda posición la coalición “Por el Bien de Todos” encabezada por el PRD consigue el 36% de la intención de voto, cabe mencionar que este lugar en la elección para senador tiene una gran importancia al ingresar al senado el candidato de primera fórmula de la segunda fuerza electoral.
- ✓ En la contienda por la presidencia de la república en el estado de Tabasco, la ventaja también es para el candidato de la “Alianza por México” Roberto Madrazo quien consigue el 44% de la intención de voto, en la segunda posición en franca competencia se ubica Andrés Manuel López Obrador de la alianza del PRD, el PT y Convergencia consiguiendo 39% de los apoyos, destaca que es muy pequeña la proporción de los ciudadanos que no manifiesta sus decisión de voto a favor de nadie (11%).
- ✓ El principal problema del estado de Tabasco, en la opinión de sus habitantes, es el desempleo con el 30% de las menciones, le sigue la inseguridad con 19% y un poco más atrás se ubica la pobreza con 12%. Cuando nos referimos a un entorno más cercano a los entrevistados como lo es el de las ciudades en donde residen, el desempleo se mantiene al frente de los problemas percibidos con el 23%, seguido nuevamente de la inseguridad (20%) y la pobreza (8%).
- ✓ En cuanto a los servicios públicos que demanda atención de manera más apremiante, el reclamo por la pavimentación tiene el primer sitio con 21%, le sigue la solicitud por mayor seguridad (17%), por el abastecimiento de agua potable (15%) y por generar oportunidades de trabajo (14%).

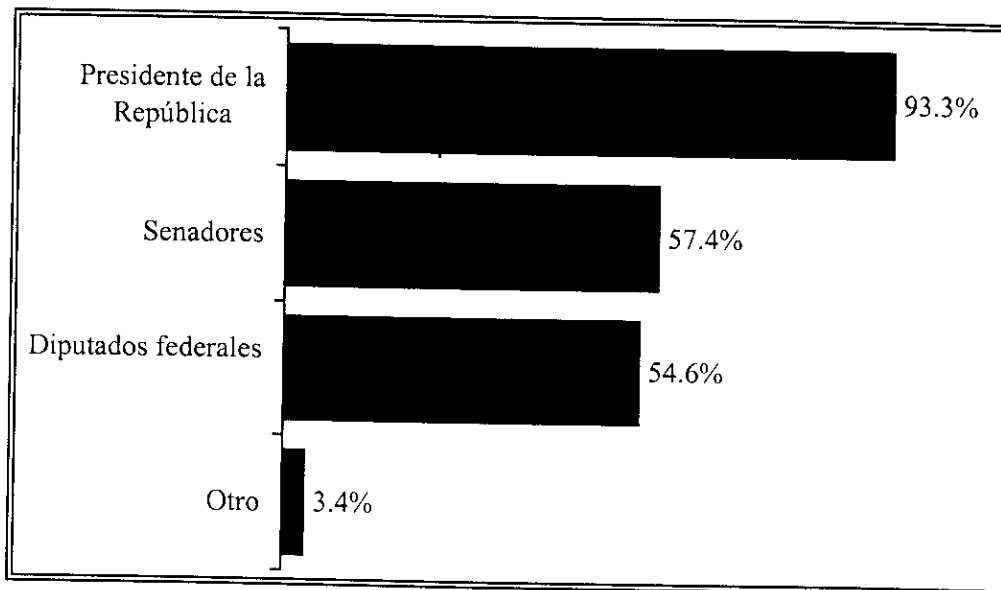
ENTORNO PREELECTORAL

¿Sabe usted cuándo serán las próximas elecciones en México?











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




(% de "Sí" mención)



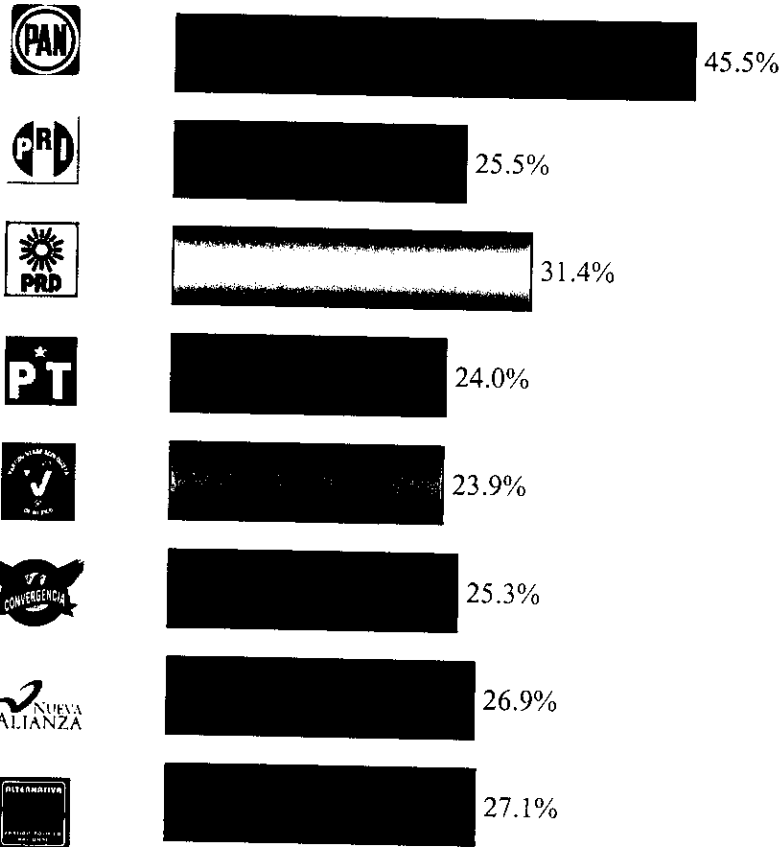
VARIABLES PARTIDISTAS

CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE PARTIDOS

		% que lo conoce	Opinión			
			Buena	Regular	Mala	Conoce sin opinión
(Sólo al porcentaje que declara conocerlo)						
Partido Acción Nacional		95.0	11.6	48.5	30.6	9.3
Partido Revolucionario Institucional		97.5	38.1	34.8	19.5	7.6
Partido de la Revolución Democrática		96.1	38.8	33.1	20.3	7.8
Partido del Trabajo		65.1	8.4	46.6	18.2	26.8
Partido Verde Ecologista de México		64.2	8.8	45.7	20.1	25.4
Convergencia		53.4	7.1	41.2	18.8	32.9
Nueva Alianza		52.4	5.4	36.9	20.0	37.7
Partido Alternativa		50.1	4.6	37.7	19.4	38.3

IDENTIDAD PARTIDISTA		%	% Acumulado
	DURO	2.7	4.6
	BLANDO	1.9	
	DURO	26.7	41.5
	BLANDO	14.8	
	DURO	20.2	30.9
	BLANDO	10.7	
Otro partido		0.5	0.5
Ningún partido		20.3	20.3
Ns/Nc		2.2	2.2
TOTAL		100.0	100.0

% DE RECHAZO A PARTIDOS



**Respuestas independientes no suman 100%*

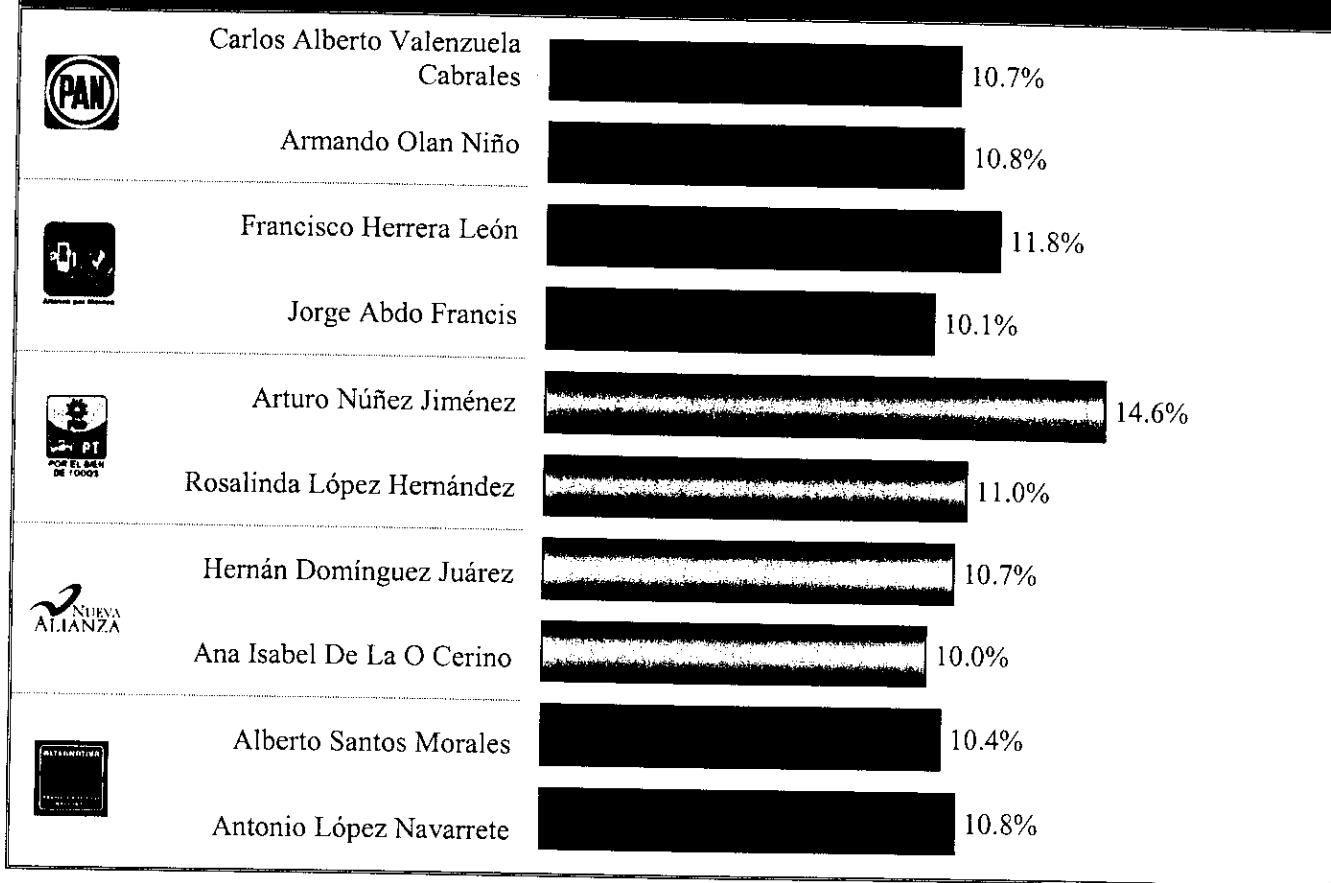
ELECCIÓN PARA SENADORES POR TABASCO

CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE CANDIDATOS

		% que lo conoce	Opinión				Índice de conocimiento y opinión*
			Buena	Regular	Mala	Conoce sin opinión	
(Sólo al porcentaje que declara conocerlo)							
Arturo Núñez Jiménez		48.9	34.1	35.3	23.3	7.3	0.29
Francisco Herrera León		44.6	37.3	35.7	17.4	9.6	0.30
Rosalinda López Hernández		38.5	38.8	35.6	16.2	9.4	0.27
Jorge Abdo Francis		37.0	38.3	35.2	13.0	13.5	0.28
Carlos Alberto Valenzuela Cabrales		17.5	15.2	37.1	30.7	17.0	0.06
Armando Olan Niño		17.5	22.3	33.6	29.6	14.5	0.08
Hernán Domínguez Juárez		10.0	7.7	36.7	44.0	11.6	0.01
Ana Isabel De La O Cerino		8.2	8.6	29.1	47.7	14.6	0.01
Antonio López Navarrete		7.1	6.4	32.6	49.5	11.5	0.01
Alberto Santos Morales		7.0	6.7	26.7	53.4	13.2	0.01

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

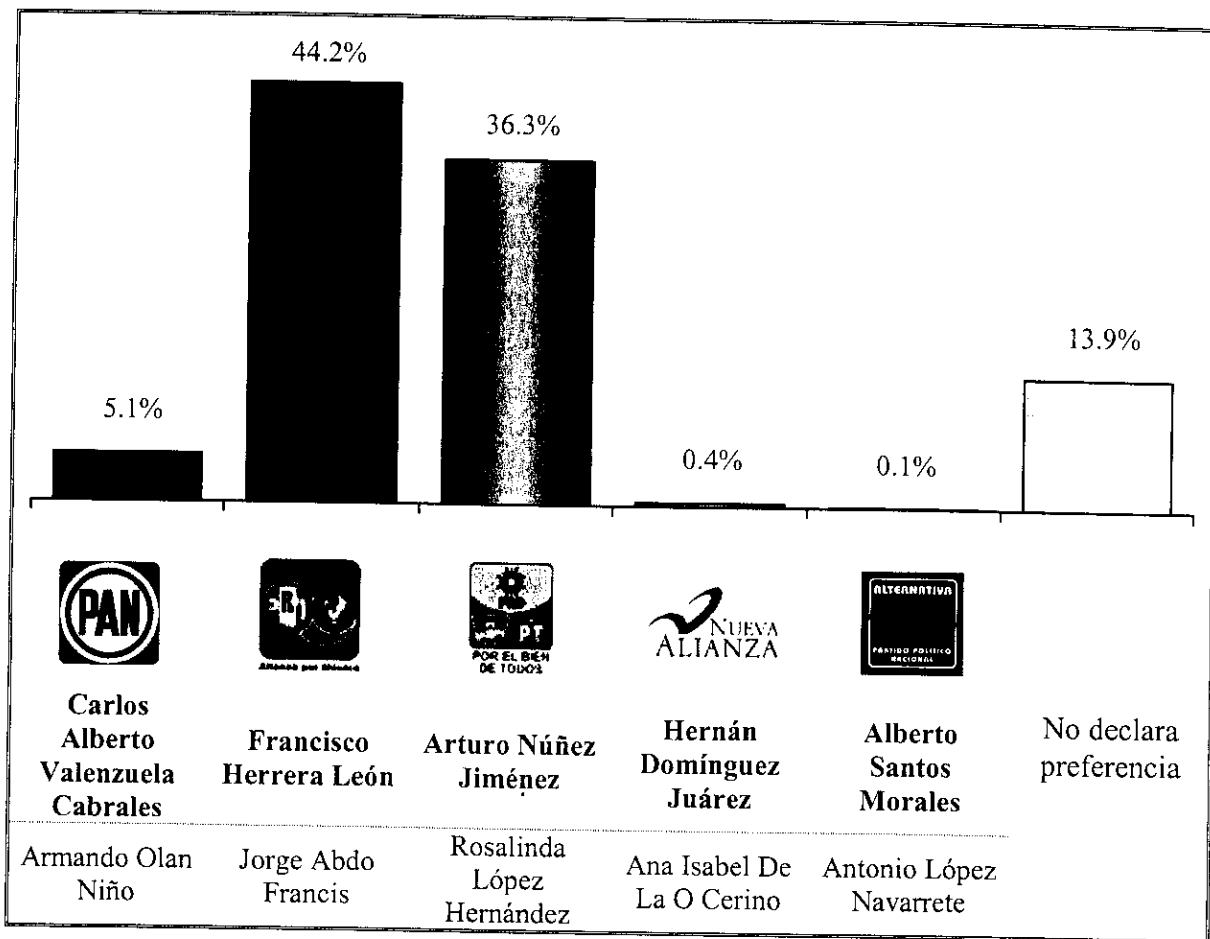
% DE RECHAZO A CANDIDATOS A SENADOR



Advertencia: Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta, nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral, y por lo tanto los resultados no tienen por qué replicarse.

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

(Utilizando boleta y simulación de urna)



Carlos
Alberto
Valenzuela
Cabrales

Francisco
Herrera León

Arturo Núñez
Jiménez

Hernán
Domínguez
Juárez

Alberto
Santos
Morales

No declara
preferencia

Armando Olan
Niño

Jorge Abdo
Francis

Rosalinda
López
Hernández

Ana Isabel De
La O Cerino

Antonio López
Navarrete

ELECCIÓN PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE CANDIDATOS PRESIDENCIALES

		% que lo conoce	Opinión				Índice de conocimiento y opinión*
			Buena	Regular	Mala	Conoce sin opinión	
			(Sólo al porcentaje que declara conocerlo)				
Roberto Madrazo Pintado		98.2	42.2	30.1	20.9	6.8	0.66
Andrés Manuel López Obrador		97.2	42.2	29.3	20.8	7.7	0.65
Felipe Calderón Hinojosa		96.4	11.0	41.5	38.9	8.6	0.21
Patricia Mercado		65.9	8.6	38.0	21.6	31.8	0.19
Roberto Campa Cifrián		65.3	3.7	37.6	24.6	34.1	0.09

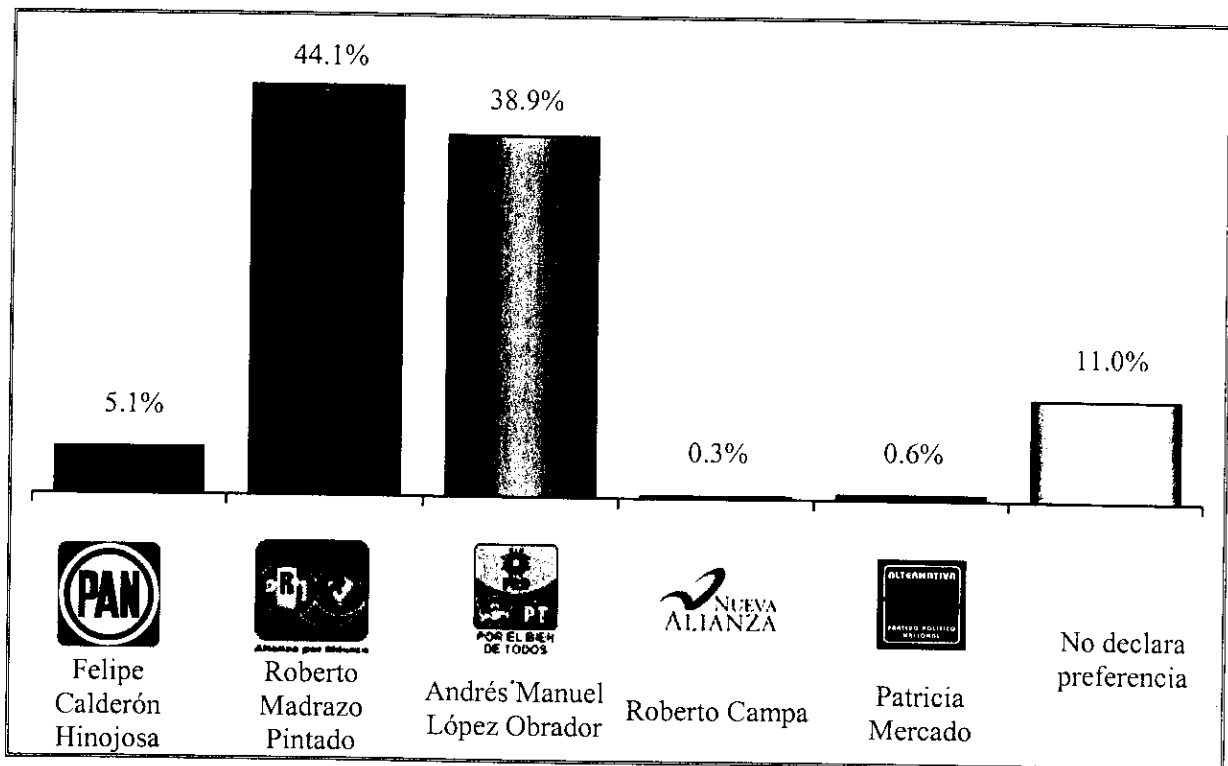
*Se calcula tomando en cuenta el porcentaje de conocimiento y la opinión. A mayor índice mejor opinión y mayor conocimiento conjuntos.

Advertencia: Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta, nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral, y por lo tanto los resultados no tienen por qué replicarse.

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

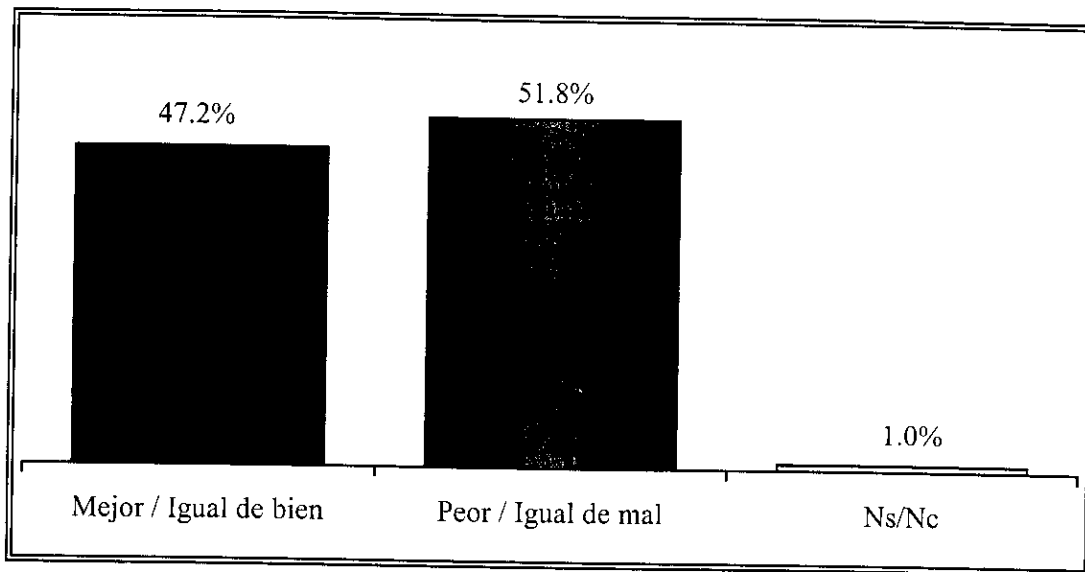
(Utilizando boleta y simulación de urna)

(Sólo Estado de Tabasco)



SITUACIÓN ECONÓMICA Y PROBLEMÁTICA

Comparada con la situación económica que tenía el Estado de Tabasco hace un año?, ¿cómo diría usted que es la situación económica del Estado actualmente, mejor o peor?



¿Cuál es hoy el principal problema del estado de Tabasco?

	%
Desempleo	30.0
Inseguridad / Delincuencia	19.2
Pobreza / Ayuda a los pobres	11.7
Corrupción	6.5
Mal gobierno	3.0
Drogadicción	3.0
Educación	2.2
Agua potable / Abastecimiento	2.0
Bajos salarios	1.7
Pavimentación	1.5
Economía	1.5
Alcoholismo	1.2
Alumbrado público / Falta de	0.9
Inflación / Alza de precios	0.7
Recolección de basura / Contaminación	0.7
Drenaje	0.5
Pandillerismo / Vandalismo	0.5
Situación del campo	0.4
Servicios públicos / Falta	0.3
Impuestos altos	0.3
Salud / Mejorar los servicios	0.3
Ayuda a la gente	0.3
Otro	3.7
NS/NC	7.9
TOTAL	100.0

**Menciones menores al 0.3%*

Y en el caso particular de esta ciudad, ¿cuál cree usted que es el principal problema?

	%
Desempleo	23.3
Inseguridad / Delincuencia	19.9
Pobreza / Ayuda a los pobres	7.8
Agua potable / Abastecimiento	5.9
Corrupción	4.9
Pavimentación	4.5
Drogadicción	3.9
Bajos salarios	2.5
Mal gobierno	1.9
Educación	1.7
Alumbrado público / Falta de	1.5
Drenaje	1.4
Alcoholismo	1.4
Recolección de basura / Contaminación	1.3
Economía	0.9
Inflación / Alza de precios	0.9
Transporte público	0.8
Situación del campo	0.7
Salud / Mejorar los servicios	0.7
Pandillerismo / Vandalismo	0.6
Servicios públicos / Falta	0.4
Ayuda a la gente	0.4
Obras públicas	0.3
Vialidad	0.3
Mala policía	0.3
Otro	3.4
NS/NC	8.4
TOTAL	100.0

**Menciones menores al 0.3%*

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

	%
Pavimentación	21.8
Seguridad	17.5
Abastecimiento de agua potable	15.4
Generar oportunidades de trabajo	14.0
Drenaje	10.9
Alumbrado público	10.1
Transporte público	4.3
Recolección de basura	3.6
Otro	1.5
Ns/Nc	0.9
TOTAL	100.0

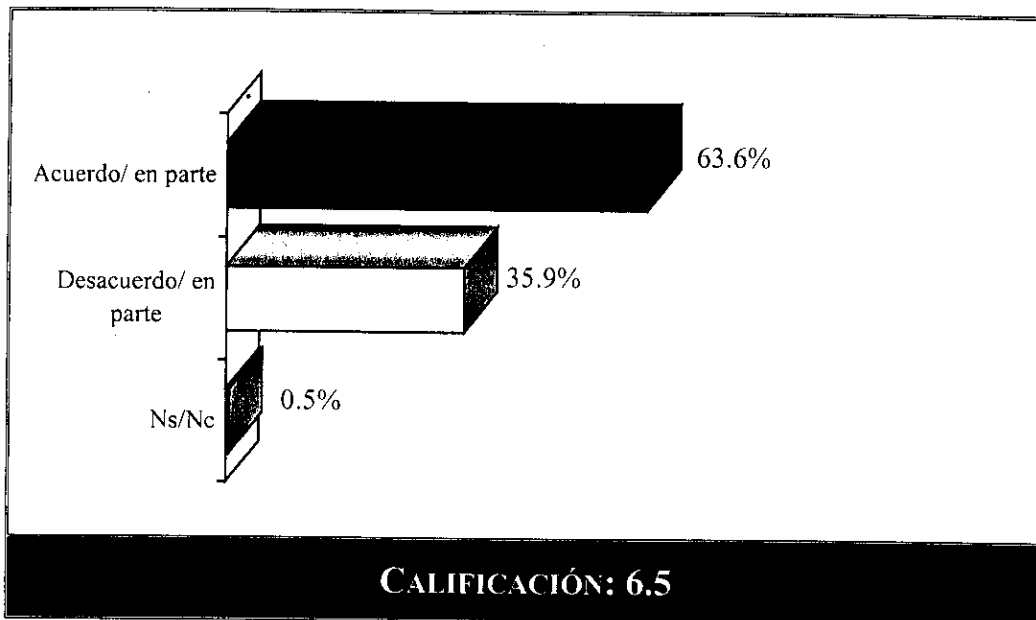
**Menciones menores al 3.6%*

En una escala de 0 a 10, como en la escuela, ¿Cómo califica los siguientes servicios que presta el municipio?

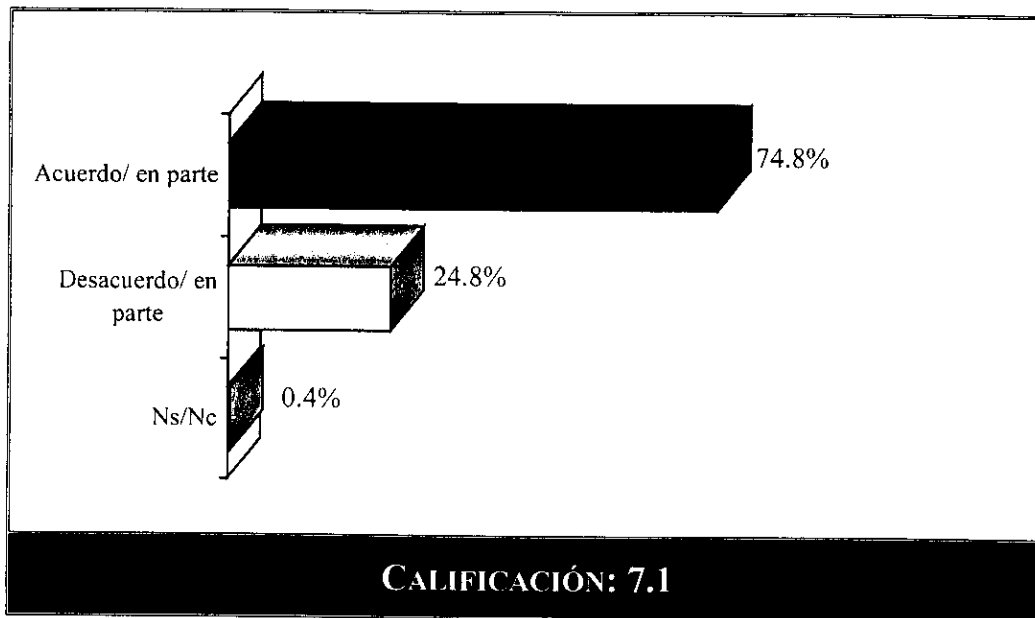
	Calificación
Recolección de basura	6.3
Parques y jardines públicos	6.2
Alumbrado público	6.4
Pavimentación y bacheo	6.0
Seguridad pública	5.7
Transporte público	6.6
Agua potable	6.1
Obras públicas	5.9
Policía municipal	5.5

ACUERDO CON AUTORIDADES

En general, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera como está gobernado el Presidente Vicente Fox?



Manuel Andrade es el Gobernador de Tabasco, ¿usted está de acuerdo o en desacuerdo con su forma de gobernar?



Metodología de la Encuesta en Viviendas sobre tendencias electorales


POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Ciudadanos en viviendas particulares del Estado de Tabasco .			
FECHAS DE LEVANTAMIENTO	Del 15 al 18 de Junio de 2006.			
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2003, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 240 secciones electorales en el Estado de Tabasco , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.			
TAMAÑO DE MUESTRA	2,400 ciudadanos del Estado de Tabasco .			
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas " <i>cara a cara</i> " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).			
PERSONAL INVOLUCRADO	33	Encuestadores	15	Capturistas de información
	11	Supervisores	2	Supervisor de captura
	1	Coordinadores de campo	2	Analistas de sistemas
	1	Responsable de campo	2	Investigadores analistas
	20	Codificadores	1	Responsable de Investigación
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY .			
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	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 sección seleccionada en muestra. Los resultados de las preguntas de preferencia electoral son estimaciones realizadas considerando sólo a los entrevistados con mayor probabilidad de asistir a votar el día de la elección.			
TASA DE RECHAZO GENERAL A LA ENTREVISTA	39.5%			

Metodología de la Encuesta en Viviendas sobre tendencias electorales

ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	<p>Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones generales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 2.0\%$, este error y confianza aplica para todas las distribuciones de preferencias electorales estatales incluidas en el reporte y que se refieren a la población bajo estudio.</p> <p>En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.</p>
PREGUNTAS ELECTORALES	<p style="text-align: center;"><i>Si el día de hoy fuera la elección para Senadores por Tabasco, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p> <p style="text-align: center;">Utilizando boleta con partidos, alianzas y candidatos</p> <p style="text-align: center;"><i>Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p> <p style="text-align: center;">Utilizando boleta con partidos, alianzas y candidatos</p>
LEGAL	<p>En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) vigente y en los términos de lo dispuesto en su Artículo 190, párrafo 3 en el que se establece que “<i>Quien solicite u ordene la publicación por cualquier medio públicamente accesible de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto</i>”¹, se entrega dentro de los diez días naturales siguientes a su publicación de manera impresa y en medio magnético por parte de la empresa CONSULTA MITOFSKY copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral.</p>
ACLARACIÓN	<p>“El cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente acuerdo no implica, en ningún caso, que el Instituto Federal Electoral avale en modo alguno la calidad de los estudios a que hace referencia, o la validez de los resultados o cualquier otra conclusión que se derive de dichos estudios”.</p> <p style="text-align: center;"><i>Párrafo 10 del Acuerdo del Consejo General del IFE por el que se establecen los criterios generales para la realización y difusión de encuestas por muestreo. CG282/2005, 19 de diciembre de 2005.</i></p>
ADVERTENCIA	<p>Los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población bajo estudio solamente al momento de la aplicación de las entrevistas. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son sólo un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta; nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral y por lo tanto los resultados no tienen por qué replicarse.</p>

¹ Lic. Manuel López Bernal; Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral, mlbernal@ife.org.mx, Tel. 56-55-33-48, 56-55-32-56, 56-55-32-57, Fax 56-55-90-63; Domicilio: oficinas centrales edificio “A”, Viaducto Tlalpan no. 100, col. Arenal Tepepan, Delegación Tlalpan, C.P. 14610, México, D.F.

Metodología de la Encuesta en Viviendas sobre tendencias electorales

<p>CONTACTO PARA INFORMACIÓN</p>	<p>PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE OPINIÓN:</p> <p>CONSULTA MITOFSKY, con dirección en Calle Georgia #38; Colonia Nápoles; México, Distrito Federal. Tel/Fax: +52 (55) 55.43.59.69 / consulta@consulta.com.mx</p> <p>PERSONA MORAL QUE PATROCINO EL ESTUDIO:</p> <p>ORGANIZACION EDITORIAL ACUARIO SA DE CV DIRECCION: AV. LOS RIOS #206 COL. TABASCO 2000, VILLAHERMOSA TABASCO C.P. 86035</p>
<p>CALIDAD ESIMM</p> 	<p>CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados) que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles, los proyectos de investigación que se le soliciten, dicha certificación que nos ha sido ratificada cada año, garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos.</p>

NOTAS A LA METODOLOGÍA:

- 1) La metodología anterior incluye y cumple con todos los requisitos solicitados por el IFE en su **Artículo 190** del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (**COFIPE**) vigente y del acuerdo **CG282/2005** del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se establece que todas aquellas personas físicas y morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo, adopten criterios estadísticos de carácter científico para la realización de las mismas (Anexo 1), por lo que recomendamos a los medios de comunicación y personas en general que deseen publicar el presente estudio incluir en su totalidad la presente metodología para cumplir a cabalidad con los lineamientos acordados por el Consejo General del IFE.

- 2) Conforme al párrafo 4 del Acuerdo General **CG282/2005** para la realización y difusión de encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de la votación, la empresa **CONSULTA MITOFSKY**, con dirección en Calle Georgia #38; Colonia Nápoles; México, Distrito Federal. **Tel/Fax: +52 (55) 55.43.59.69** e-mail: consulta@consulta.com.mx está en posibilidades, de presentar:
 - a. La información que utilizó para delimitar a la población de estudio y para seleccionar la muestra.
 - b. El instrumento que se utilizó para la recopilación de la información.
 - c. Todos y cada uno de los mecanismos usados para seleccionar cada una de las etapas de muestreo, hasta la selección de ciudadanos.
 - d. Todas y cada una de las operaciones que llevó a cabo para determinar el tamaño de la muestra así como todos los elementos valorados para el diseño de la misma.
 - e. El cálculo de las varianzas obtenidas para las variables del estudio que se refieren a las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de votación, así como todos los elementos valorados para el diseño muestral.
 - f. Una descripción detallada de la forma en que se llevó a cabo el trabajo de supervisión de campo.
 - g. Con el objeto de garantizar la verificabilidad de los cuestionarios, se conservarán todos y cada uno de los originales de los cuestionarios utilizados para las entrevistas y además de los programas de captura y la base de datos que se hayan generado a partir de dicha recopilación.
 - h. Para la verificabilidad de los datos, se conservarán todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para el análisis de la información.

Toda la información anterior se conservará de manera integral hasta que la elección se haya llevado a efecto y los resultados oficiales de la elección se hayan publicado.

ANEXO

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL POR EL QUE SE ESTABLECE QUE TODAS AQUELLAS PERSONAS FÍSICAS Y MORALES QUE PRETENDAN LLEVAR A CABO ENCUESTAS POR MUESTREO, ADOPTEN CRITERIOS ESTADÍSTICOS DE CARÁCTER CIENTÍFICO PARA LA REALIZACIÓN DE LAS MISMAS.

Primero.- En cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 190, párrafo 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General ha determinado criterios generales de carácter científico para la realización y difusión de encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de la votación. Dichos criterios están contenidos en el documento anexo al presente acuerdo y que forman parte integrante del mismo.

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

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

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

También, deberá estar en posibilidad de presentar por escrito todas y cada una de las operaciones que llevó a cabo para determinar el tamaño de la muestra; el cálculo de las varianzas obtenidas para las variables del estudio que se refieren a las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de votación, así como una descripción detallada de la forma en que se llevó a cabo el trabajo de supervisión de campo.

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

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

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

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

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

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

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

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

Décimo.- El cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente acuerdo no implica, en ningún caso, que el Instituto Federal Electoral avale en modo alguno la calidad de los estudios a que hace referencia, o la validez de los resultados o cualquier otra conclusión que se derive de dichos estudios.

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

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

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

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

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



INSTITUTO FEDERAL
ELECTORAL
EUGARDO OLADO y
DISCO 3 1/2 ANEXOS.

0008400

2006 JUN 26 17:42

260606 LT-455-1855

México DF. a 26 de junio de 2006

SECRETARIA EJECUTIVA

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

En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (**COFIPE**) vigente y en los términos de lo dispuesto en su **Artículo 190, párrafo 3** en el que se establece que "*Quien solicite u ordene la publicación por cualquier medio públicamente accesible de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto*", la empresa **CONSULTA MITOFSKY** envía a usted copia de la información requerida por el Instituto Federal Electoral, tanto de manera impresa como en medio magnético como lo establece la ley.

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

Atentamente,

ACT. ROY CAMPOS ESQUERRA
DIRECTOR GENERAL