

2012 LA ELECCIÓN



PREFERENCIAS CIUDADANAS

No. 15- Febrero 2012-2

TRACKING POLL ROY CAMPOS Es la herramienta más económica para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo, más información sobre uso y metodología en www.consulta.mx



PRESENTACIÓN

Por fin terminaron las precampañas, poco a poco se acerca la jornada electoral y esta encuesta se levanta a 19 semanas de la fecha; en el periodo considerado entre este estudio y el inmediato anterior podemos observar algunos acontecimientos alrededor del proceso:

- 1) El Partido Nueva Alianza (PANAL) designa a Gabriel Quadri de la Torre (GQT) como su candidato a la Presidencia de la República, ese evento, ocurrido el 15 de febrero en la tarde, deja a su abanderado sin la posibilidad de participar en los beneficios de la precampaña para darse a conocer masivamente, deberá esperar hasta el 30 de marzo.
- 2) A menos de 5 meses de la elección, Imelda Calvillo se integra como nueva titular de la Fiscalía contra delitos electorales (FEPADE).
- 3) Inicia el periodo de “intercampaña” que causa confusión entre políticos y medios de comunicación, el IFE emite las reglas de ese periodo que finaliza el 29 de marzo.

Podemos considerar que con estos datos se conoce el estado de las preferencias al final de las precampañas y se terminan de generar los efectos de los procesos y las nominaciones; a partir de ahora veremos el efecto de esa “pausa” de 45 días antes del inicio formal de las campañas el 30 de marzo. Nuestros datos como siempre podrán ser consultados en **www.consulta.mx** donde aparecen la metodología y el reporte completos, que se entregan a las autoridades electorales según marcan las leyes.



A destacar....

- 1) Se mantiene en 10% el porcentaje de mexicanos “muy interesados” en política, valor inferior a los porcentajes de 2003-2006, donde incluso se alcanzó el 19%.
- 2) La confianza en el Instituto Federal Electoral (IFE) subió ligeramente de 19% a 22% alcanzando la cifra con la que se llegó a la elección hace 3 años, aun por abajo del 44% que alcanzaba este valor hace 6 años y del 39% de la del 2000.
- 3) De los candidatos que se pueden evaluar en la opinión ciudadana todos presentan entre los seguidores de sus partidos una gran aceptación, lo que habla de que consolidan el voto duro. Peña Nieto es el mejor calificado con 37% de opiniones positivas; le sigue Vázquez Mota que capta exactamente las mismas opiniones favorables que López Obrador, aunque al tener menos rechazo sale con un mejor saldo.
- 4) Peña Nieto se mantiene en el primer lugar como aparece desde hace años con el 40% de las preferencias, seguido de Josefina Vázquez Mota con 25% y López Obrador con 17%; en el caso de Gabriel Quadri, medido a sólo unos días de su nominación y sin posibilidad de hacer campaña ni precampaña hasta el próximo 30 de marzo, apenas alcanza el 1%, y el 17% no respondió a la pregunta electoral.



A destacar...

- 5) Si eliminamos a ese 17% de mexicanos que no declaran su intención de voto Peña Nieto alcanza el 48.5% de esas preferencias, seguido de 29.5% de Josefina y 21% de López Obrador, dejando en 1% a Gabriel Quadri.
- 6) Más de 1 de cada 3 simpatizantes de López Obrador son ciudadanos mayores de 50 años; por el contrario, las edades intermedias, de 30 a 49 años, son las que más están presentes en los simpatizantes por Vázquez Mota y Peña Nieto. Casi la mitad de quienes prefieren a López Obrador habitan el centro del país, lugar donde se encuentran las dos entidades de mayor padrón, DF y Estado de México.
- 7) Más de 9 de cada 10 ciudadanos que prefieren hoy a Vázquez Mota también dicen estar de acuerdo en la forma de gobernar de Felipe Calderón; en cambio entre quienes votan por Peña Nieto o por López Obrador la aprobación presidencial no llega al 40%.
- 8) Casi 2 de cada 3 simpatizantes de la candidata del PAN opinan que el país va por el rumbo correcto (lo que es natural ya que es abanderada por el partido en el gobierno).



A destacar...

- 9) Comparando el resultado de esta medición con las dos últimas, significa que los últimos 15 días de precampaña nos ofrecieron pocos movimientos; los 2 candidatos con mayor preferencia crecieron unas décimas a costa de quien va en tercer lugar y de los que no declaran preferencia. Al iniciar el periodo de “intercampañas” aparecen ubicados en 1er lugar de las preferencias Peña Nieto, en segundo lugar Vázquez Mota y en tercero López Obrador.
- 10) Al terminar las “precampañas” y aun en proceso la selección de candidatos al legislativo, el PRI y su aliado el PVEM encabezan las preferencias con el 34% de ellas, le sigue el PAN con 22% y la unión de partidos de izquierda con 17%.
- 11) Cuando se convierten las preferencias anteriores a una preferencia “efectiva” la alianza alrededor del PRI tendría un porcentaje de 46% que de conservarse lo colocaría en posición de mayoría absoluta (situación nada fácil y que no se presenta desde la elección de 1994); el PAN tendría 30% y las izquierdas unidas el 22%. El PANAL llegaría a 1.6% cerca de conservar el registro cuando aun no hace campaña.



A destacar...

- 12) En 2006, en el mes de febrero, 49% de los ciudadanos decían que votarían por el mismo partido en la boleta de presidente y de diputado; hoy quienes dicen NO diferenciarán el voto se incrementa y llega a 58% el porcentaje que afirma votará por el mismo partido y solo 22% que votará en forma diferenciada.
- 13) Al comparar otras elecciones y otras encuestas con este momento, observamos que en febrero de 2000 había una ventaja de 7 puntos del entonces candidato del PRI Francisco Labastida; después en 2006, la ventaja de López Obrador era de 9 puntos (sólo 7 si vemos el promedio de 5 encuestas levantadas ese mes), y el día de hoy, nuestra encuesta marca 19 puntos de ventaja para Peña Nieto (o 21 puntos si se promedia esta encuesta con la de El Universal, OEM y GEA-ISA).



CONTENIDO

1. CONTEXTO

2. PRESIDENCIABLES

3. PREFERENCIAS

4. CONGRESO

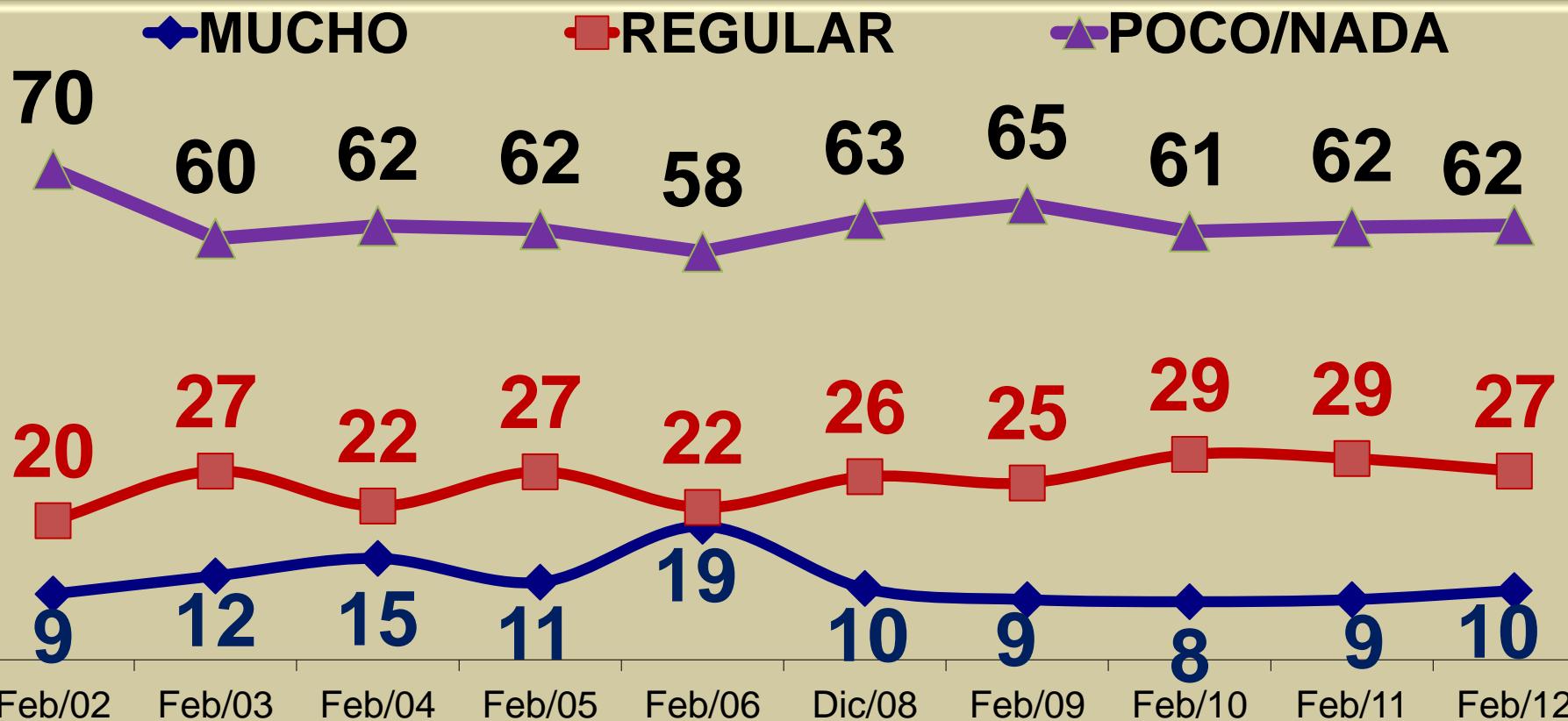
5. OTRAS ENCUESTAS

6. ALGO DE HISTORIA ELECTORAL

7. METODOLOGÍA



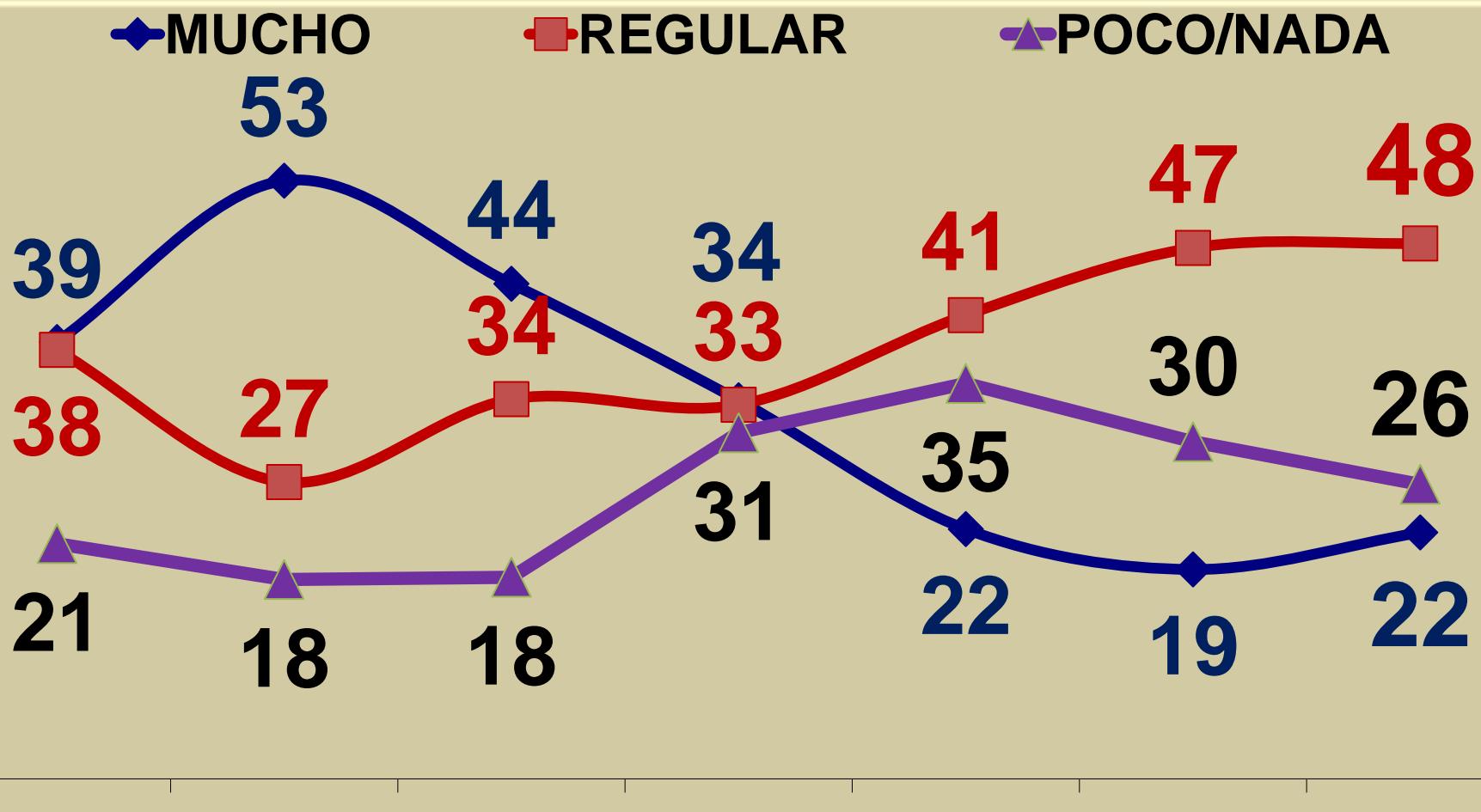
INTERÉS EN LA POLÍTICA



*No suma 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE Ns/Nc



CONFIANZA EN EL IFE



*No suma 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE Ns/Nc



Presidenciables

DE TRES PRINCIPALES PARTIDOS

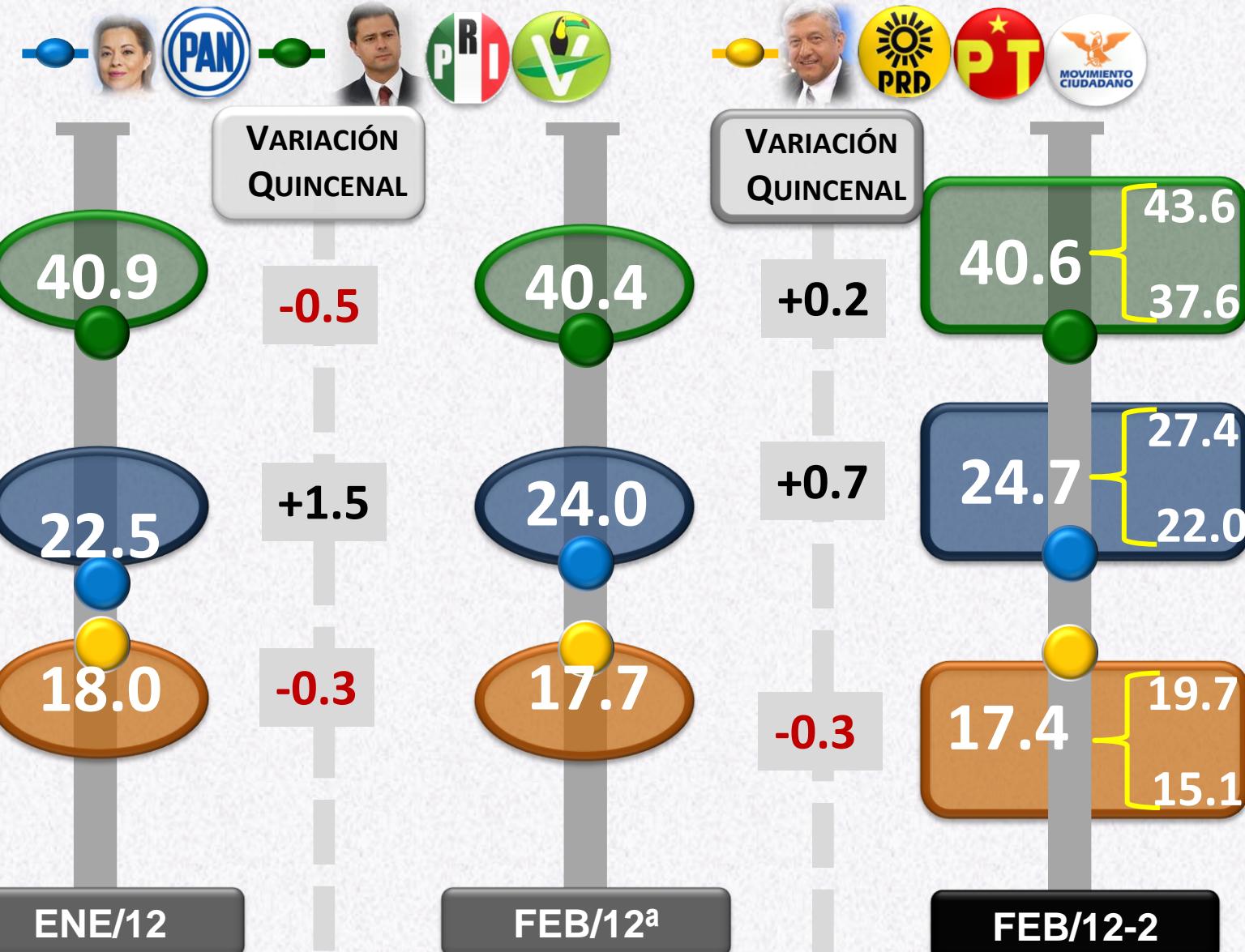


	% QUE LO CONOCE	OPINIÓN						SALDO OPINIÓN	
		FEB/12	FEB/12 -2	POSITIVA	REGULAR	NEGATIVA	NO OPINA	NO LO CONOCE	
Andrés M. López O.	97	98	23	32	33	8	2	100	-10
Enrique Peña Nieto	97	97	37	34	16	7	3	100	21
Josefina Vázquez Mota	82	86	23	34	11	12	14	100	13
Gabriel Quadri*	--	2	--	--	--	--	--	--	--

*AL SER CONOCIDO POR APENAS 2% NO HAY MUESTRA SUFICIENTE PARA EVALUAR LA OPINIÓN



PREFERENCIA BRUTA ENTRE ASPIRANTES

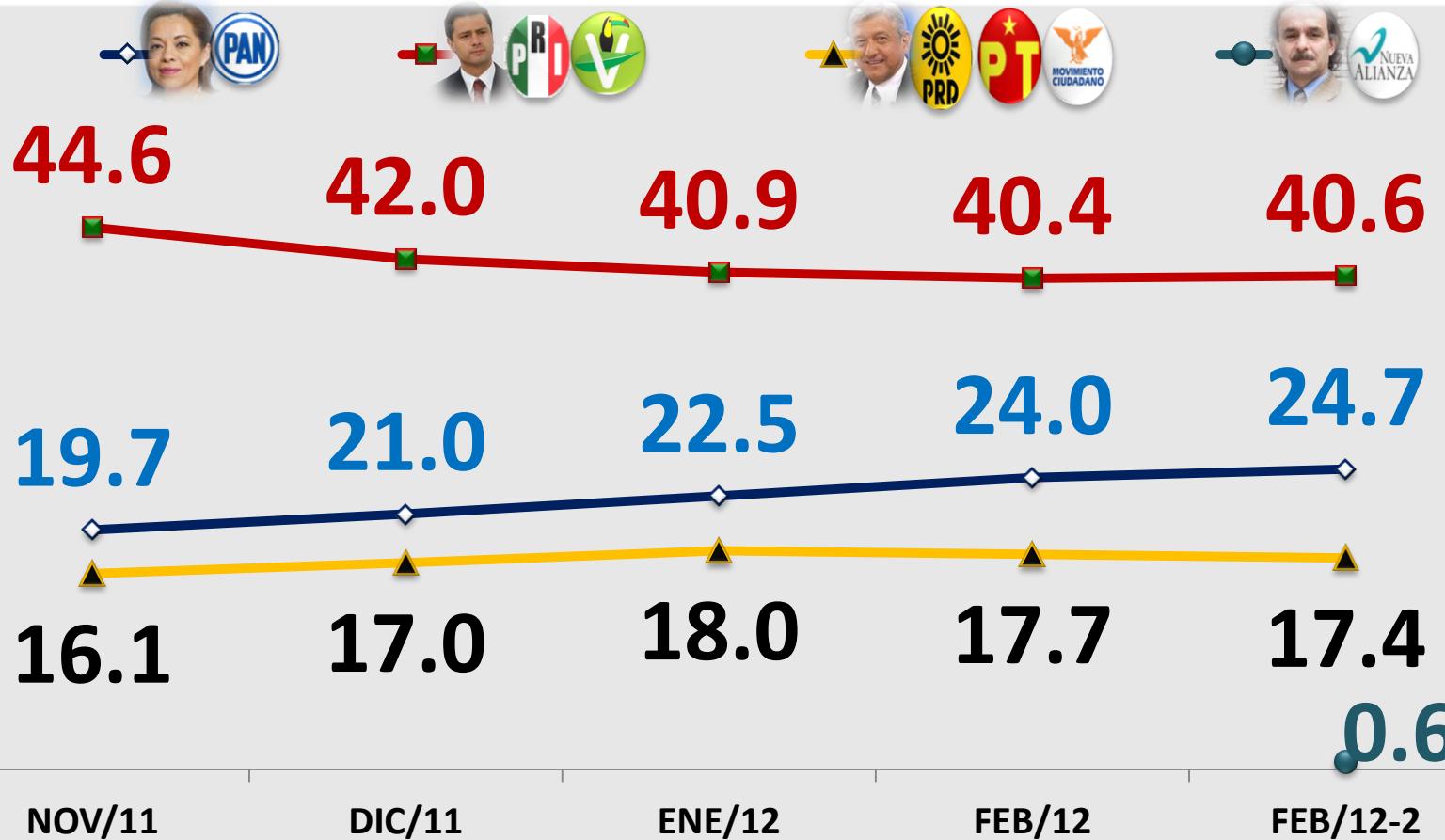


*NO SUMAN 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A QUIENES NO DECLARAN PREFERENCIA

^aNO MUESTRA EL % PARA EL PANAL Y SU CANDIDATO
EN EL CORCHETE { SE INDICA EL INTERVALO AL 95% DE CONFIANZA }



PREFERENCIA PARA PRESIDENTE DE MÉXICO ANTES Y DESPUÉS DE LA PRECAMPANA



*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A 16.7% QUE NO DECLARA PREFERENCIA



PREFERENCIA ENTRE ASPIRANTES

(UTILIZANDO BOLETA SIMULADA)

FEBRERO 2012-2



*Normalmente esta grafica no presenta decimales, se anotaron en dos casos para respetar la distancia entre lugares 1 y 2 de preferencia; para ver el cálculo de la preferencia efectiva ver lámina 22



Preferencias

PERFIL DE LA PREFERENCIA PARA PRESIDENTE DE MÉXICO

FEBRERO 2012-2

Sexo	JVM	EPN	AMLO
	HOMBRE	48.2	47.9
MUJER	51.8	52.1	53.2
TOTAL	100.0	100.0	100.0

Loc	JVM	EPN	AMLO
	URBANA	78.1	76.2
RURAL	21.9	23.8	20.6
TOTAL	100.0	100.0	100.0

Edad	JVM	EPN	AMLO
	DE 18 A 29 AÑOS	30.8	32.2
DE 30 A 49 AÑOS	45.3	42.3	36.8
DE 50 Y MÁS AÑOS	23.9	25.5	35.1
TOTAL	100.0	100.0	100.0

Región	JVM	EPN	AMLO
	NORTE	26.2	27.4
BAJÍO	25.3	16.4	9.9
CENTRO DE MÉXICO	23.7	28.3	48.2
SURESTE	24.8	27.9	30.3
TOTAL	100.0	100.0	100.0

NO SE INCLUYE PERFIL PARA GABRIEL QUADRI POR MUESTRA INSUFICIENTE

Preferencias

PERFIL DE PREFERENCIA PARA PRESIDENTE DE MÉXICO

FEBRERO 2012-2

Aprobación

			
	JVM	EPN	AMLO
ACUERDO GOBIERNO FELIPE CALDERÓN	90.9	39.5	37.8
DESACUERDO GOBIERNO FELIPE CALDERÓN	8.7	59.1	59.5
Ns/Nc	0.4	1.4	2.7
TOTAL	100.0	100.0	100.0

Rumbo

			
	JVM	EPN	AMLO
CORRECTO	64.4	21.5	17.0
EQUIVOCADO	24.3	67.5	73.6
Ns/Nc	11.3	11.0	9.4
TOTAL	100.0	100.0	100.0

Identidad

			
	JVM	EPN	AMLO
PANISTAS	73.1	1.8	1.0
PRIISTAS	3.5	72.1	3.0
PERREDISTAS	1.5	1.2	60.7
INDEPENDIENTES	0.4	1.2	2.5
NO DECLARA	21.5	23.7	32.8
TOTAL	100.0	100.0	100.0

Interés en política

			
	JVM	EPN	AMLO
MUCHO	11.9	9.4	14.0
REGULAR	30.9	30.7	24.1
POCO	41.0	41.8	37.6
NADA	15.7	17.4	23.5
Ns/Nc	0.5	0.7	0.8
TOTAL	100.0	100.0	100.0

NO SE INCLUYE PERFIL PARA GABRIEL QUADRI POR MUESTRA INSUFICIENTE

Preferencias

VOTO ESTRATÉGICO

FEBRERO 2012-2

SI LA FINAL FUERA:



VS



JVM

EPN

AMLO



2.3

2.5

12.6

Tamaño del segmento considerado:

17.4%

SI LA FINAL FUERA:



VS



JVM

EPN

AMLO



14.7

7.1

2.9

Tamaño del segmento considerado:

24.7%

SI LA FINAL FUERA:



VS



JVM

EPN

AMLO



8.4

27.1

5.1

Tamaño del segmento considerado:

40.6%



Preferencias

¿EN QUÉ ORDEN TERMINARÁN LOS PARTIDOS LA ELECCIÓN 2012?

1º	2º	3º	Feb/12	Feb/12-2	VARIACIÓN FEB12/-FEB12- 2
			37.6	33.0	-4.6
			17.0	17.7	0.7
			18.4	15.4	-3.0
			7.5	7.2	-0.3
			6.3	5.8	-0.5
			5.8	5.0	-0.8
NO CONTESTA			7.4	15.9	8.5
Total			100.0	100.0	

* Se obvian
alianzas

2012: La Elección
FEBRERO 2012-2



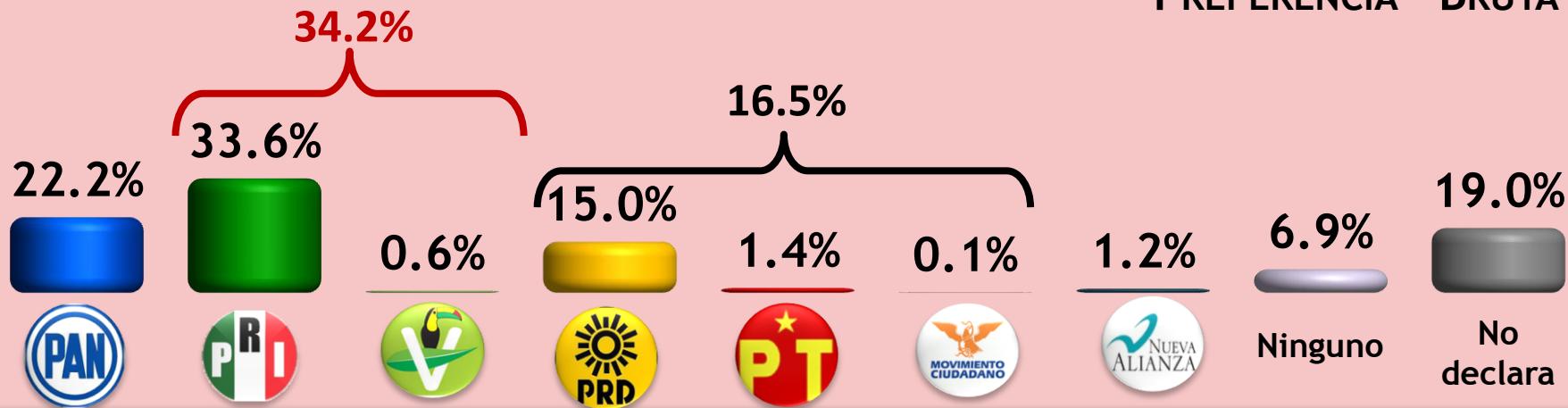
Preferencias

DIPUTADO FEDERAL

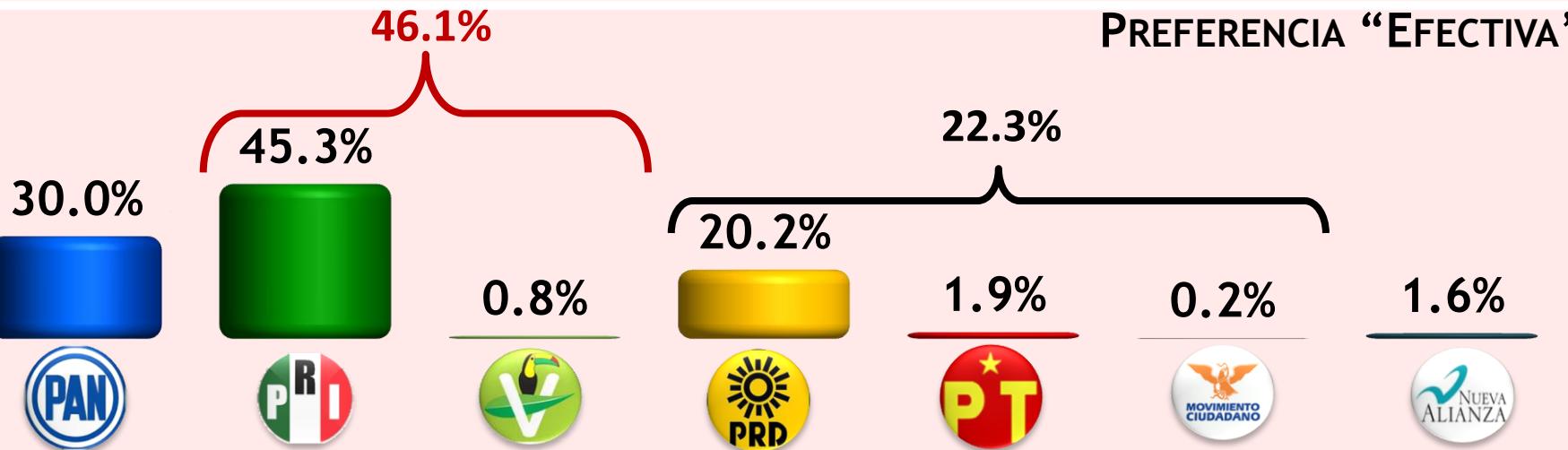
FEBRERO 2012-2



PREFERENCIA “BRUTA”



PREFERENCIA “EFECTIVA”



VOTO PRESIDENTE Y VOTO DIPUTADO

Preferencias

FEBRERO 2006



FEBRERO 2012





ENCUESTAS PÚBLICAS

Rumbo al 2012

PREFERENCIA ENTRE ASPIRANTES

PREFERENCIA “BRUTA”

SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS



PREFERENCIA ENTRE ASPIRANTES

PREFERENCIA “EFECTIVA”

PROMEDIO



28.5



49.9



20.9



0.7

MÉDIO DE
COMUNICACIÓN

FECHA

Vázquez
Mota

Peña
Nieto

López
Obrador

Gabriel
Quadri

CONSULTA
MITOFSKY

FEB/12-2

29.7

48.7

20.9

0.7

EXCÉLSIOR

En espera de actualización

ORGANIZACIÓN
EDITORIAL
MEXICANA (OEM)

ENE/12

26.2

51.2

21.4

1.2

REFORMA

En espera de actualización

ISA

ENE/12

26.6

51.9

21.5

--

EL UNIVERSAL

FEB/12

32.0

48.0

20.0

0.0

PROMEDIO

FEB/12

28.5

49.9

20.9

0.7

SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS

DETALLE DE ENCUESTAS NACIONALES

MEDIO DE COMUNICACIÓN/EMPRESA	FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN	
 CONSULTA MITOFSKY	17 al 20 de Febrero 2012	23 de Febrero 2012	
EXCELSIOR www.excelsior.com.mx	BGC	En espera de actualización	
 El Sol de México	 Parametría INVESTIGACIÓN ESTRÁTÉGICA ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO	28 al 31 de enero 2012	02 de febrero 2012
 REFORMA CORAZÓN DE MÉXICO		En espera de actualización	
 ISA Investigaciones Sociales Aplicadas	21 al 23 de enero de 2012	26 de enero 2012	
 EL UNIVERSAL	 buendía&laredo	08-13 de febrero de 2010	20 de febrero 2012

Otras encuestas en vivienda publicadas en el periodo

MEDIO DE COMUNICACIÓN/EMPRESA	PREFERENCIAS DIFUNDIDAS			FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
	JVM	EPN	AMLO		
 Mercaei inteligencia de mercados	29.0	34.0	17.0	10 -12 febrero 2012	14-Feb-12
	24.0	36.0	16.0	28 enero -1 febrero 2012	08-Feb-12
 GrupoFórmula		22.0	39.7	15.6	10 al 12 de febrero de 2012
 Covarrubias y Asociados Información con Realidad		23.7	36.8	26.4	10 al 15 de febrero de 2012
					20-Feb-12



ALGO DE HISTORIA ELECTORAL



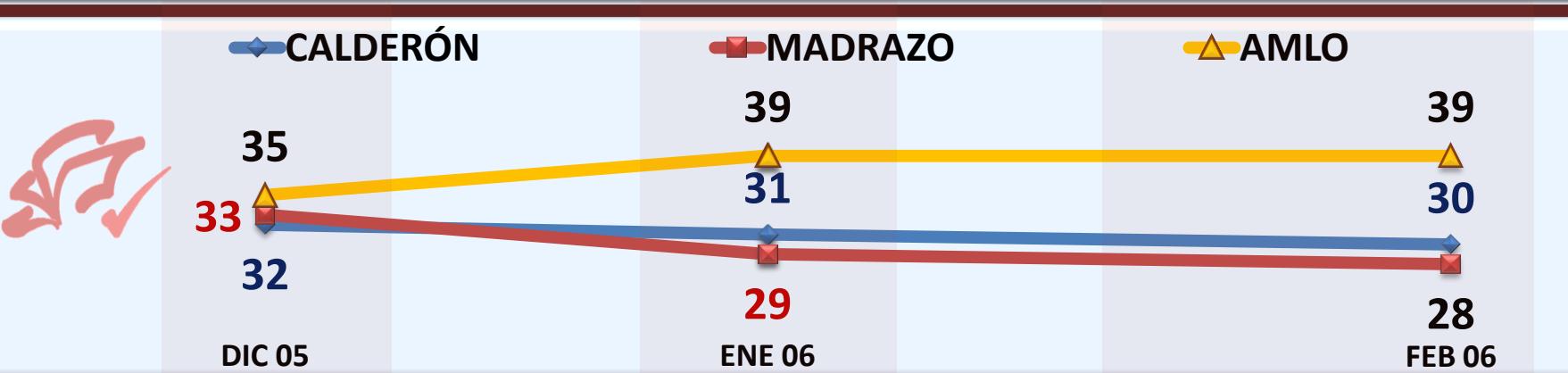
ENCUESTAS DICIEMBRE-FEBRERO

2000-2006-2012

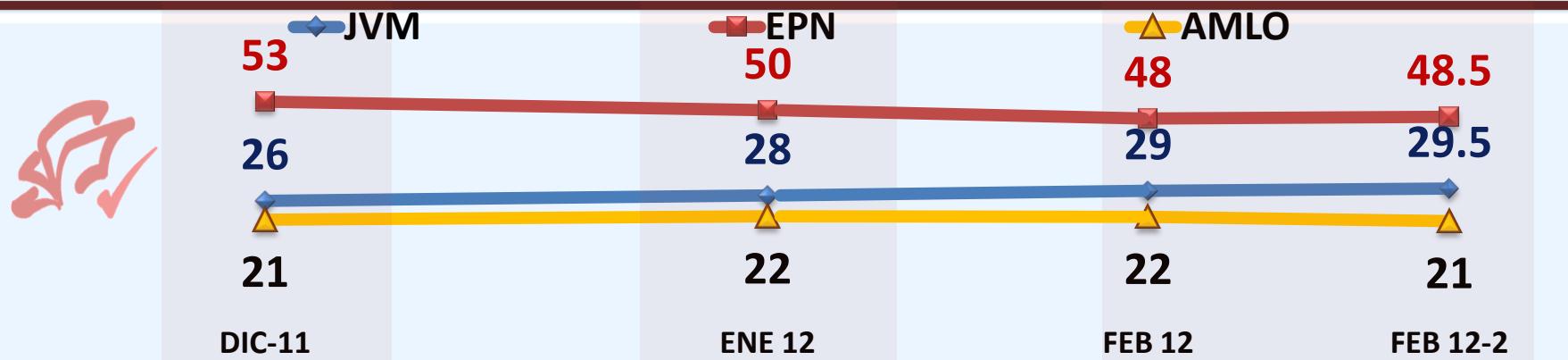
2000



2006

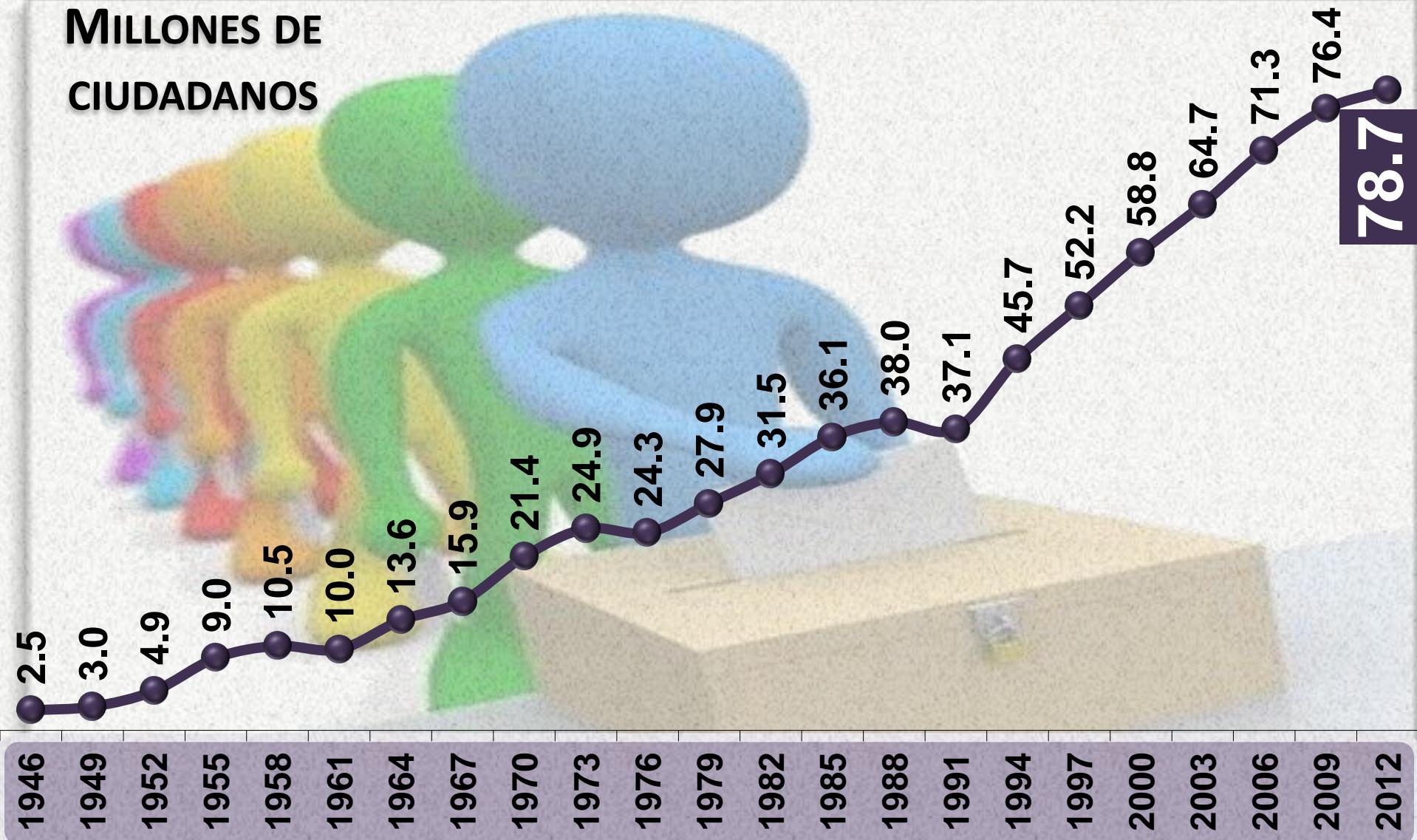


2012



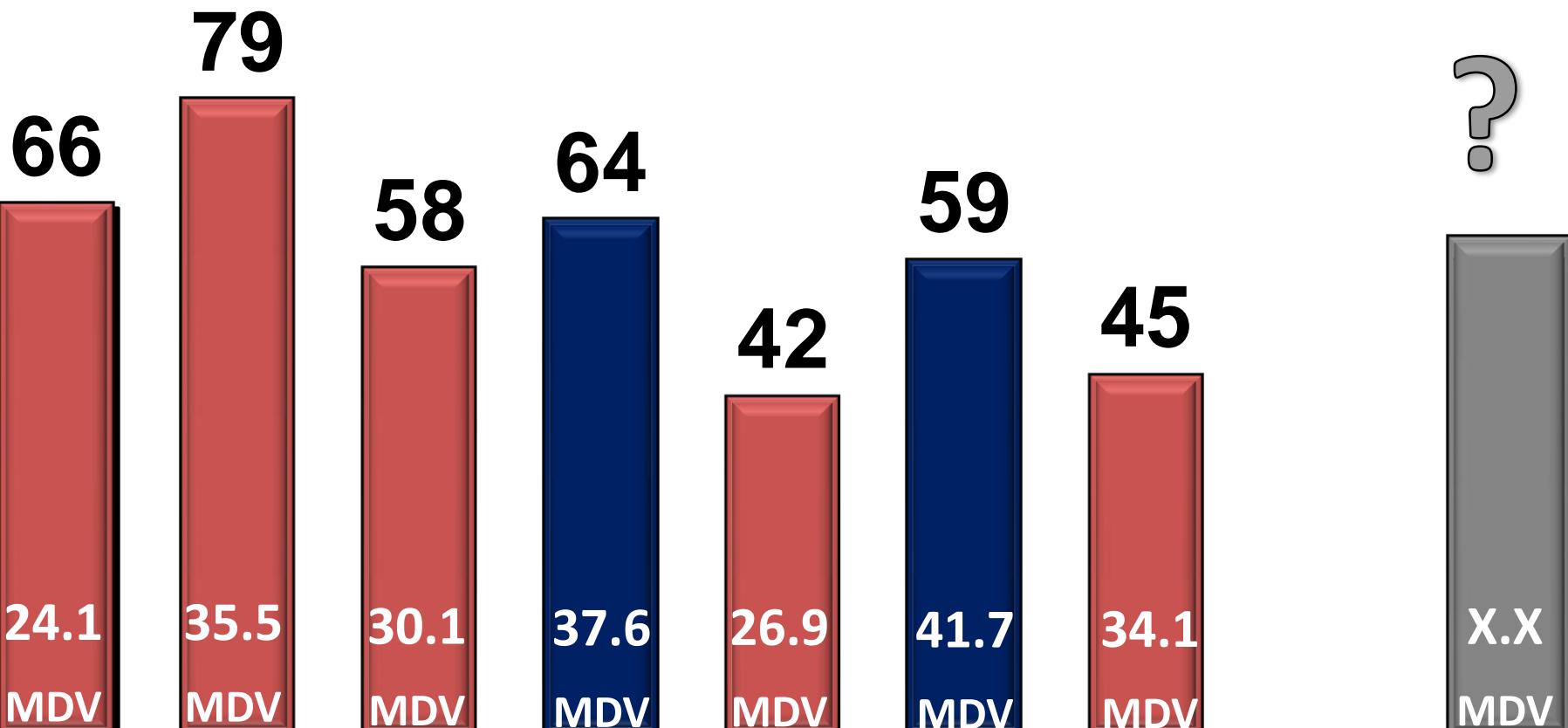
PADRÓN ELECTORAL AL MOMENTO DE CADA ELECCIÓN FEDERAL

MILLONES DE
CIUDADANOS



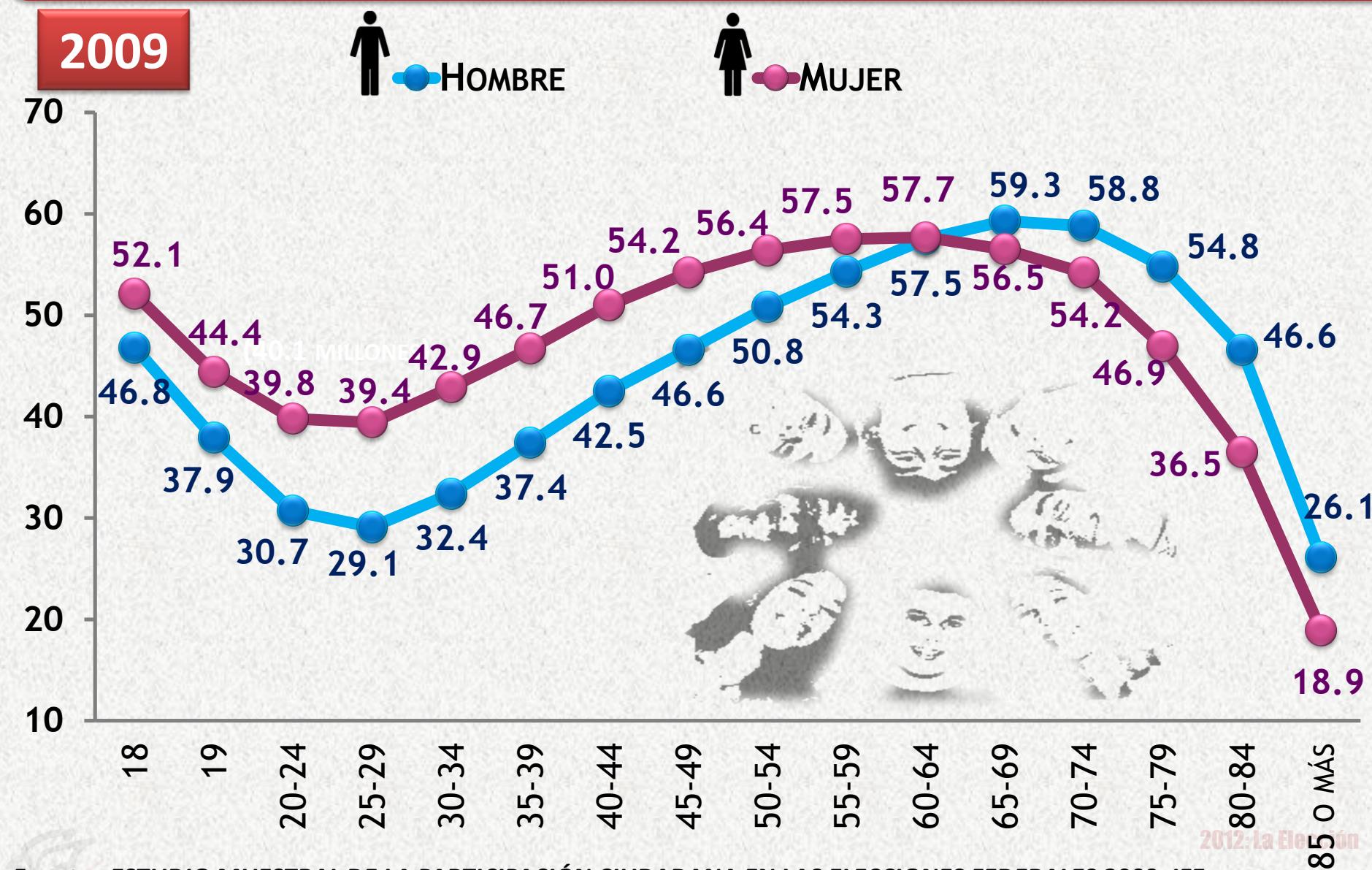
PARTICIPACIÓN ELECTORAL

ÚLTIMAS ELECCIONES FEDERALES EN MÉXICO



MDV: Millones de votos

% PARTICIPACIÓN CIUDADANA POR GRUPO DE EDAD Y SEXO



METODOLOGÍA

FECHA DE REALIZACIÓN	17 al 20 Diciembre 2010	24 al 27 de Junio de 2011	26 al 29 de Diciembre 2011
	20 al 24 de Enero de 2011	27 al 31 de Julio de 2011	14 al 18 de Enero 2012
	16 al 20 de Febrero 2011	20 al 24 de Agosto de 2011	6 al 8 de Febrero de 2012
	25 a 28 de Marzo 2011	22 al 26 Septiembre 2011	17 al 20 de Febrero 2012
	29 Abril a 2 Mayo 2011	20 al 24 de Octubre 2011	
	23 al 29 de Mayo de 2011	21 al 27 de Noviembre 2011	
TAMAÑO DE MUESTRA	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar cada mes. Los datos aquí presentados “sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esta población en las fechas específicas del levantamiento de los datos”.		
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares de territorio nacional 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).		
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2009, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional, 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.		



METODOLOGÍA

PERFIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	Sexo	%	NSE AMAI (calculado con la regla 8x7)	%
	Hombre	47.8	A/B/C+	13.4
	Mujer	52.2	C/C-	34.1
	Edad	%	D+/D/E	52.5
	De 18 a 29 años	31.7	Escolaridad	%
	De 30 a 49 años	41.1		
	De 50 y Más años	27.2		
	Región	%	Universidad y más	9.7
	Norte	23.5	Localidad	%
	Bajío	16.9		
	Centro de México	32.4		
	Sureste	27.2		
PERSONAL INVOLUCRADO	64	Encuestadores	15	Capturistas de información
	22	Supervisores	3	Supervisores de captura
	6	Coordinadores de campo	2	Analistas de sistemas
	2	Responsable de proyecto	2	Investigadores



METODOLOGÍA

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. El software utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).			
ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±3.1% . 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.			
	Sexo	%	NSE AMAI (calculado con la regla 8x7)	%
	Hombre	±4.5%	A/B/C+	±8.5%
	Mujer	±4.3%	C/C-	±5.3%
	Edad	%	Escolaridad	%
	De 18 a 29 años	±5.5%	Ninguno y primaria	±5.4%
	De 30 a 49 años	±4.8%	Secundaria/preparatoria	±4.2%
	De 50 y Más años	±5.9%	Universidad y más	±10.0%
	Región	%	Localidad	%
	Norte	±6.4%	Urbana	±3.7%
	Bajío	±7.5%	Rural	±6.2%
	Centro de México	±5.4%		
	Sureste	±5.9%		



METODOLOGÍA

PREGUNTAS ELECTORALES (MOSTRANDO TARJETA CON LOGOTIPOS DE PARTIDOS)	<p><i>Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p> <p><i>Y si el día de hoy fueran las elecciones para Diputado Federal, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p>
TASA GENERAL DE RECHAZO A LA ENTREVISTA	59.8%
ADVERTENCIA	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 porqué replicarse.
LEGAL	En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) vigente y en los términos de lo dispuesto en su Artículo 237, párrafo 5 en el que se establece que “Quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión 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.”, con base a lo dispuesto en el Acuerdo CG411/2011 del Consejo General del Instituto Federal Electoral, se entrega dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación por parte de la empresa CONSULTA MITOFSKY copia del reporte del estudio en medio impreso y magnético y la base de datos generada en medio magnético al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral. Lic. Edmundo Jacobo Molina, edmundo.jacobo@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.
ACLARACIÓN	“El cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Acuerdo (CG411/2011) 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”.



METODOLOGÍA

CONTACTO PARA INFORMACIÓN

PERSONA MORAL QUE PATROCINÓ LA ENCUESTA DE OPINIÓN:

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

PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE OPINIÓN:

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

PERSONA MORAL QUE ORDENÓ LA PUBLICACIÓN LA ENCUESTA DE OPINIÓN:

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

MÉDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL: www.consulta.mx

CONSULTA

La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán **disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY**; www.consulta.mx donde de forma **gratuita** podrá ser consultada por los interesados con el fin de facilitar su lectura e interpretación, para así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada.

DERECHOS

Se autoriza el distribuir, reenviar, copiar o citar estos documentos siempre y cuando no sean modificados o usados con fines comerciales. Al ser citados solicitamos incluir siempre la fuente y para los documentos propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** recomendamos incluir la presente nota de copyright, así como la marca **CONSULTA MITOFSKY** y su dirección www.consulta.mx

NOTAS A LA METODOLOGÍA

- 1) LA METODOLOGÍA ANTERIOR INCLUYE Y CUMPLE CON TODOS LOS REQUISITOS SOLICITADOS POR EL IFE EN SU ARTÍCULO 237 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES (COFIPE) VIGENTE 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) 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 EN CASO DE SER REQUERIDO POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL:
 - 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 RELATIVA AL ESTUDIO, DESDE SU DISEÑO HASTA LA OBTENCIÓN DE LOS RESULTADOS PUBLICADOS, DEBERÁ CONSERVARSE DE MANERA INTEGRAL POR PARTE DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL RESPONSABLE DE SU REALIZACIÓN, HASTA 90 DÍAS DESPUÉS DE QUE LOS RESULTADOS SE HAYAN HECHO PÚBLICOS.

