



Guía para los Organismos Públicos Locales electorales (OPL) relativa a la regulación de encuestas electorales.



ÍNDICE

Introducción.....	2
1. Monitoreo.....	3
1.1 Protocolo para llevar a cabo el monitoreo (INE)	
1.2 Base de datos y vitrina metodológica	
2. Recepción.....	8
3. Verificación.....	12
3.1 Verificación de la entrega del estudio	
3.2 Verificación del contenido de los estudios, de acuerdo a los criterios científicos	
4. Requerimientos.....	15
5. Publicación.....	16
6. Informe.....	17
6.1 Informes mensuales presentados al Consejo General de OPL	
6.2 Publicación del Informe	
6.3 Envío del informe	
6.4 Incumplimiento	
7. Otras actividades.....	18
7.1 Encuestas de salida y/o conteos rápidos	
7.2 Apoyo de los OPL para la realización de los estudios de opinión	
8. Ejemplo de publicaciones.....	20
9. Glosario.....	24

Introducción

La normatividad en materia de regulación de encuestas electorales establece que los Organismos Públicos Locales Electorales (OPL) ejercerán funciones en materia de regulación de encuestas, con base en los lineamientos y criterios generales de carácter científico que emita el Instituto Nacional Electoral (INE).

El 7 de septiembre de 2016, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral aprobó el Reglamento de Elecciones, el cual contiene un Capítulo específico que concentra las principales reglas para la regulación de encuestas electorales denominado: *Capítulo VII, Encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y conteos rápidos no institucionales.*

Para orientar y apoyar a los OPL en el trabajo de regulación de encuestas, la Secretaría Ejecutiva ha elaborado la presente guía, que se enfoca en explicar las **cinco actividades** centrales y que se enlistan a continuación:

1.-Monitoreo

2.-Recepción

3.-Verificación

4.-Publicación

5.-Informe

A continuación se desarrollan de manera detallada cada una de las actividades principales arriba señaladas.

1. Monitoreo

El monitoreo constituye una de las actividades centrales para la regulación de encuestas electorales, pues posibilita contrastar la información que recibe la autoridad con las encuestas electorales que se publican.

El actual Reglamento de Elecciones en su artículo 143, numeral 1 señala que tanto el INE como los OPL, a través de sus respectivas áreas de comunicación social a nivel central y desconcentrado, **deben llevar a cabo un monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales**, con el objeto de identificar las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación impresos.

De acuerdo con el artículo 143, numeral 2 del citado Reglamento deberá reportarse semanalmente a la Secretaría Ejecutiva la detección de encuestas publicadas (originales y reproducciones) sobre **preferencias electorales de elecciones locales** (cada OPL monitoreará lo que corresponda a su entidad). El universo de publicaciones a monitorear lo define cada OPL, para lo cual deberá considerar aquellas de mayor importancia a nivel local y, en la medida que lo permitan sus capacidades institucionales, también es recomendable incluir en el monitoreo publicaciones de alcance (tiraje) nacional.

Entidades Federativas con procesos electorales 2017-2018



Para llevar a cabo el monitoreo, el INE ha elaborado un **protocolo** que describe paso a paso el procedimiento para la selección de publicaciones, la identificación y registro de encuestas publicadas, los reportes semanales que presenta, entre otras actividades que a continuación se describen a modo de ejemplo, con la finalidad de que cada OPL pueda retomar lo que le resulte útil o conveniente para realizar su respectivo monitoreo:



1.1.-Protocolo para llevar a cabo el monitoreo (INE)

- La Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) del INE, con el apoyo de su estructura desconcentrada elabora un **listado de medios a monitorear** en todo el país, considerando su importancia y tiraje.
- **La CNCS elabora la base de datos** para el vaciado de los datos de identificación de las encuestas, que es usada por todos los monitoristas del INE en el país.
- **Se compran dos ejemplares de cada publicación** a fin de conservar un original en los archivos, para posteriores aclaraciones.
- **Se identifican diariamente las encuestas publicadas** a través de la revisión física de periódicos y revistas.
- **Se registra la información de las encuestas publicadas** en la base de datos diseñada para este fin y que contempla los elementos clave para identificar si las encuestas contienen la información que deben publicar.
- **Se realizan cortes semanales** para reportar a la Secretaría Ejecutiva.

1.2.- Base de datos y vitrina metodológica

En la base de datos se registran todos los elementos que deben ser publicados por quienes dan a conocer resultados de encuestas sobre preferencias electorales, de acuerdo a lo que establece el artículo 136, numerales 6 y 7 “Los resultados de encuestas por muestreo o sondeos de opinión que se publiquen por cualquier medio deberán especificar, en la publicación misma, la información siguiente:

a) Nombre completo, denominación social y logotipo de la persona física o moral que:

- I. Patrocinó o pagó la encuesta o sondeo;
- II. Llevó a cabo la encuesta o sondeo, y
- III. Solicitó, ordenó o pagó su publicación o difusión

b) Las fechas en que se llevó a cabo el levantamiento de la información;

c) La población objetivo y el tamaño de la muestra;

d) El fraseo exacto que se utilizó para obtener los resultados publicados, es decir, las preguntas de la encuesta;

e) La frecuencia de no respuesta y la tasa de rechazo general a la entrevista;

f) Señalar si el reporte de resultados contiene estimaciones de resultados, modelo de probables votantes o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta;

g) Indicar clara y explícitamente el método de recolección de la información, esto es, si se realizó mediante entrevistas directas en vivienda o a través de otro mecanismo, o bien, si se utilizó un esquema mixto, y

h) La calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra”

La información antes mencionada regularmente aparece en lo que se conoce como una **vitrina metodológica**, que aparece en el mismo lugar donde se publican los resultados de la encuesta. A modo de ejemplo ver la Imagen 1.

Imagen 1. Vitrina metodológica

EL DEBATE
Los Mochis, Miéres 02.06.15 | debate.com.mx

TEMA DEL DÍA | 21A

METODOLOGÍA:
Encuestas realizadas del 23 al 24 de mayo Distrito 01, del 25 al 27 de mayo Distrito 02, del 27 al 29 de mayo Distrito 03 y del 31 de mayo Distrito 08, utilizando como marco de muestra el listado de las secciones electorales en el estado de Sinaloa. Se tomaron de manera sistemática y aleatoria 20 puntos para cada uno de los distritos 01, 03, 07 y 24 puntos para el Distrito 08 de las secciones distritales en las que se aplicó la encuesta hecha cara a cara en los hogares de los entrevistados. Se encuestó a personas mayores de edad, con credencial de elector y que fueron a votar en las próximas elecciones. Se aplicaron 300 encuestas en cada uno de los distritos 01, 03, 07 y 360 encuestas para el Distrito 08. La encuesta está patrocinada por EL DEBATE y la realización estuvo a cargo del departamento de Investigación de EL DEBATE. Nivel de confianza por distrito: 99%. Margen de error en los distritos 01, 03 y 07: +/- 5.6%. Margen de error en el Distrito 08: +/- 5.7%. Jefes del Departamento de Investigación y Estadística: Darreño Sandoval y Gabriela Acosta
Correo: debate@debate.com.mx

DISTRITO 08
De los nombres que le voy a mencionar, por favor indíqueme: si conoce, ha escuchado o leído acerca de las siguientes personas:
(RESPUESTA MÁS ALTA)

75.0% Sí lo conoce Mayo 29-31	76.0% No lo conoce Mayo 29-31	77.4% No lo conoce Mayo 29-31	75.3% No lo conoce Mayo 29-31	72.8% Sí lo conoce Mayo 29-31	89.4% Sí lo conoce Mayo 29-31	86.1% Sí lo conoce Mayo 29-31	88.9% No lo conoce Mayo 29-31	82.7% No lo conoce Mayo 29-31	84.2% Sí lo conoce Mayo 29-31
70.0% Sí lo conoce Abril 20-22	79.6% No lo conoce Abril 20-22	85.6% No lo conoce Abril 20-22	86.0% No lo conoce Abril 20-22	57.9% No lo conoce Abril 20-22	88.3% Sí lo conoce Abril 20-22	81.7% Sí lo conoce Abril 20-22	92.0% No lo conoce Abril 20-22	92.0% No lo conoce Abril 20-22	77.0% Sí lo conoce Abril 20-22

Se incluye la **vitrina metodológica** del lado derecho de la publicación, la cual incluye la fecha de realización, el marco muestral, método de recolección, el nivel de confianza, el margen de error y la población objetivo así como el patrocinador y realizador de la encuesta

La información contenida en la vitrina metodológica es la que se reportará en la base de datos que se use para registrar las detecciones del monitoreo. La base de datos que usa el INE se compone de cuatro apartados:

1. Información general
2. Responsabilidad
3. Marco metodológico
4. Resultados

A continuación se describen los **elementos que integran cada apartado en la base de datos:**

1.-Información general

- **Folio:** número consecutivo de identificación que se le da a la publicación.
- **Período** (opciones predeterminadas): campaña o precampaña.
- **Fecha de publicación:** se refiere al día en que fue publicada la encuesta y/o sondeo en el medio impreso.
- **Entidad:** Nombre de la entidad en que fue publicada la encuesta.
- **Medio impreso** (opciones predeterminadas): Revista o periódico en que fue publicada la encuesta.
- **Sección:** En donde aparece la encuesta, por ejemplo: sección política, deportes, portada, etc.
- **Página:** número(s) de página(s) del medio impreso en el que apareció la encuesta y/o sondeo.



Información General

FOLIO	PERIODO EN QUE SE PUBLICÓ	FECHA DE PUBLICACIÓN	ENTIDAD	MEDIO IMPRESO	SECCIÓN	PÁGINA
PUE-00002	Precampaña	02/11/2014	Guerrero	Revista	Nacional	9
PUE-00003	Campaña	25/03/2015	Jalisco	Periódico	Gente	11

2.-Responsabilidad

- **Medio en el que se publicó la encuesta:** Nombre o denominación social del medio en que se publicó la encuesta o sondeo.
- **Patrocinador de la encuesta:** Nombre o denominación social de la persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta o sondeo.
- **Realizador de la encuesta:** Nombre o denominación social de la persona física o moral que llevó a cabo la encuesta o sondeo.
- **Responsable de la publicación:** Nombre o denominación social de la persona física o moral que solicitó, ordenó o pagó la publicación o difusión de la encuesta o sondeo.

Responsabilidad

MEDIO EN EL QUE SE PUBLICÓ	PATROCINADOR DE LA ENCUESTA	REALIZADOR DE LA ENCUESTA	RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN
xxxxxx	BEAP Estadística y Opinión Pública	BEAP Estadística y Opinión Pública	
xxxxxx	No indica	La Opinión Diario de la Mañana	

3.-Marco metodológico

- **Método de recolección (opciones predeterminadas):** vivienda, cara a cara, telefónica o mixta.
- **Tamaño de la muestra:** Número total de encuestados.
- **Población de la muestra:**
 - Localización: lugar en que se levantó la encuesta.
 - Características sociodemográficas, especificaciones de la población a la que fue aplicada la encuesta, por ejemplo: género, edad, nivel de escolaridad, nivel económico, etc.
- **Fraseo:** Se refiere a la transcripción exacta de la o las preguntas realizadas en la encuesta para la obtención de las respuestas de los entrevistados.
- **La frecuencia de la no respuesta:** El número o porcentaje de personas que no contestaron en relación con la muestra seleccionada.
- **Tasa de rechazo general:** El porcentaje de personas que contestaron la encuesta o pregunta sobre su preferencia de voto.
- **Nivel de confianza:** Porcentaje que indica el nivel de confianza estadístico de la encuesta.



- **Error estadístico:** Porcentaje que indica el error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias.
- **Tipo de publicación (opciones predeterminadas):**
 - **Encuesta original:** se considera como “original” la encuesta publicada en algún medio por primera vez, ya sea en su totalidad, en parte o bien en lo esencial de sus resultados o, incluso, mediante una descripción de los mismos.
 - **Reproducción:** se entiende como “reproducción” cuando la encuesta es publicada con posterioridad a una publicación original y retoma en parte o en su totalidad sus resultados. En este caso no es necesario llenar los rubros “Medio del cual se reproduce” y “Fecha del original”.
- **Fecha de levantamiento:** Periodo o día en que se llevaron a cabo las entrevistas de la encuesta.
- **¿Los resultados publicados son producto de estimaciones o modelos de probables votantes? Opción predeterminada:** Sí o No. En su caso, especificar tipo de estimación o modelo.
- **Principales resultados:** Se refiere a los resultados que arroja la encuesta, presentados en su mayoría en términos porcentuales, con relación a la o las preguntas sobre preferencia del voto.
- **Observaciones:** Se pueden realizar anotaciones y aclaraciones acerca de la publicación.

Marco metodológico																		
MÉTODO DE RECOLECCIÓN	MÉTODO DE MUESTREO	TAMAÑO DE LA MUESTRA	POBLACIÓN DE LA MUESTRA		CUENTA CON LEYENDA DE VALIDEZ ESTADÍSTICA	FRASEO	TIPO DE NO RESPUESTA %			TASA DE RECHAZO			NIVEL DE CONFIANZA	ERROR ESTADÍSTICO	TIPO DE PUBLICACIÓN		FECHA DE LEVANTAMIENTO (DD/MM/AA)	
			LOCALIZACIÓN	CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS			Indeciso	No sabe	No contestó	Contactos no exitosos sobre total de intentos	Negativa a contestar o abandono de encuesta	General			Tipo	Si es reproducción cuál fue el medio original	Fecha de publicación original	Del



2. Recepción

La principal obligación legal de quienes publican encuestas sobre preferencias electorales es entregar el estudio completo que respalda los resultados dados a conocer al Secretario Ejecutivo del INE, cuando se trate de encuestas sobre elecciones federales, o a su homólogo de los OPL, en caso de encuestas sobre preferencias de elecciones locales. Esta obligación se encuentra establecida en el artículo 251, párrafo 5 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIFE), y en el artículo 132, numeral 2 del Reglamento de Elecciones.

La LGIFE y el mencionado Reglamento establecen que *“las personas físicas o morales que publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta por muestreo o sondeo de opinión sobre preferencias electorales cuya publicación se realice desde el inicio del proceso electoral federal o local correspondiente, hasta tres días antes de la celebración de la jornada electoral”*, deberá cumplir con lo establecido en el artículo 136, numeral 1 del Reglamento de Elecciones, que señala:

- a) Para encuestas por muestreo o sondeos de opinión sobre elecciones federales, o locales cuya organización sea asumida por el Instituto en su integridad, se debe entregar copia del estudio completo que respalde la información publicada, al Secretario Ejecutivo del Instituto, directamente en sus oficinas o a través de sus juntas locales ejecutivas.
- b) Para encuestas por muestreo o sondeos de opinión sobre elecciones locales a cargo de los OPL, se deberá entregar copia del estudio completo que respalde la información publicada, al Secretario Ejecutivo del OPL que corresponda.
- c) Si se trata de una misma encuesta por muestreo o sondeo de opinión que arroje resultados sobre elecciones federales y locales, el estudio completo deberá entregarse tanto al Instituto como al OPL respectivo.
- d) Si se trata de una misma encuesta por muestreo o sondeo de opinión que arroje resultados para elecciones locales realizadas en dos o más entidades federativas, el estudio completo deberá entregarse a los OPL correspondientes.

El mismo artículo en su numeral 2 establece que, el plazo de entrega del estudio a la autoridad electoral será a más tardar dentro de los **cinco días siguientes** a la publicación de la encuesta por muestreo o sondeo de opinión respectivo. De este modo, los OPL con proceso electoral en 2016-2017, recibirán por parte de quien publique, o en su caso, de quien haya realizado la encuesta, los estudios que respalden los resultados sobre preferencias electorales de elecciones locales publicados de manera **original** (es decir, por primera vez).

Para la recepción de los estudios es recomendable elaborar un registro que permita el control de lo que se recibe, para estar en condiciones de verificar el cumplimiento de la entrega en los plazos y modalidad establecidos.

La entrega del estudio a que se hace referencia en este apartado, incluirá los siguientes elementos:

- 1.-Oficio de entrega.
- 2.-Estudio (acorde a los criterios científicos) y base de datos (que protejan datos personales de los entrevistados).
- 3.- Documentación relativa a la autoría, financiamiento y experiencia profesional
- 4.-Informe o factura del costo de la encuesta

Nota: la entrega no es obligación realizarla de acuerdo a los apartados antes enlistados, pero sí deberá contener todos sus elementos. Es decir, la entrega puede consistir en un único archivo siempre que contenga todo lo requerido.



1.-Oficio de entrega

Aun cuando no es obligación entregar la documentación mediante un oficio, de la experiencia adquirida se advierte que en la mayoría de los casos así ocurre. En tales casos, se recomienda que al momento de la recepción se coteje que lo descrito en el oficio, esté siendo efectivamente entregado a la autoridad, y sea éste el documento en donde se plasme el sello del OPL con fecha y hora de recepción.

2.-Estudio

El artículo 136 del Reglamento de Elecciones, numeral 3, refiere que las personas físicas o morales que publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta por muestreo o sondeo de opinión sobre preferencias electorales, deberán remitir el estudio que contenga los criterios de carácter científico establecidos en la fracción I del Anexo 3 del citado Reglamento, mismos que se señalan a continuación:

1. **Objetivos del estudio.**
2. **Marco muestral.**
3. **Diseño muestral.**
 - a) Definición de la **población** objetivo.
 - b) Procedimiento de **selección** de unidades.
 - c) Procedimiento de **estimación**.
 - d) Tamaño y forma de obtención de la **muestra**.
 - e) Calidad de la estimación: **confianza y error máximo** implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias.
 - f) **Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta**, señalando los porcentajes de indecisos, los que responden “no sé” y los que manifiestan que no piensan votar.
 - g) **Tasa de rechazo general a la entrevista**, reportando por un lado el número de negativas a responder o abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas, y por otro lado, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio.
4. **Método y fecha de recolección de la información.**
5. **El cuestionario o instrumentos de captación** utilizados para generar la información publicada.
6. **Forma de procesamiento**, estimadores e intervalos de confianza.
7. **Denominación del software** utilizado para el procesamiento.
8. **La base de datos, en formato electrónico**, sin contraseñas ni candados, en el archivo de origen (no PDF o imagen).
9. **Principales resultados, pudiendo** especificar la preferencia de votación bruta y la efectiva. En todo caso, el reporte de resultados debe señalar si contiene estimaciones, modelo de votantes probables o cualquier otro parámetro que no consista en el mero cálculo de frecuencias relativas de las respuestas de la muestra estudiada para la encuesta.
10. **Autoría y financiamiento.** Los datos que permitan identificar fehacientemente la persona física o moral que ordenó, realizó, publicó y/o difundió los estudios, incluyendo nombre o denominación social, logotipo, domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios mismos.

En específico deberá informar:

En específico deberá informar:

 - a) La o las personas físicas o morales que patrocinaron o pagaron la encuesta o sondeo,
 - b) La o las personas físicas o morales que diseñaron y llevaron a cabo la encuesta o sondeo, y
 - c) La o las personas físicas o morales que solicitaron, ordenaron y/ pagaron su publicación o difusión.



11. **Recursos económicos/financieros aplicados.** Un informe sobre los recursos aplicados en la realización de la encuesta o sondeo de opinión, acompañado de la factura que respalda la contratación de la realización de dicha encuesta o sondeo de opinión (incluyendo el nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), y explicitando el monto y proporción que hubiese sido efectivamente cubierto al momento de la publicación. En los casos en que sea la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, ésta deberá presentar un informe del costo total del estudio realizado.
12. **Experiencia profesional y formación académica.** La documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública de la persona que realizó la encuesta. Además, se deberá incluir documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional del director de la organización que lleve a cabo la encuesta o del responsable de la misma.

Dado que toda la información de los estudios debe ser publicada en internet, es conveniente solicitar la entrega de la documentación en medio electrónico, para evitar el trabajo de escaneo de la documentación. No obstante, aunque es deseable y hay que procurar en la medida de lo posible la entrega de información en esta modalidad, la única obligación que se establece en términos del formato de entrega refiere a **la base de datos**, la cual **debe ser entregada en formato electrónico**, sin contraseñas ni candados, en el archivo de origen (no PDF o imagen), que permita el manejo de sus datos y proteja la identidad y datos personales de los entrevistados.

Aunado a lo anterior, el Organismo Público Local electoral deberá **proteger mediante versiones públicas los datos personales contenidos en los documentos previa publicación y remisión al INE**, esto, en cumplimiento a lo establecido en el artículo 16 constitucional párrafo 2 que a letra dice: “Toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición, en los términos que fije la ley, la cual establecerá los supuestos de excepción a los principios que rijan el tratamiento de datos, por razones de seguridad nacional, disposiciones de orden público, seguridad y salud públicas o para proteger los derechos de terceros”.

3.- Documentación relativa a la autoría, financiamiento y experiencia profesional

Constituye la información relativa a la identificación y autoría de quienes realizan y publican encuestas electorales. El artículo 136, numeral 4 del Reglamento de Elecciones señala que cuando “(...) las personas físicas o morales que por primera ocasión entreguen a la autoridad electoral el estudio completo, deberán acompañar la documentación relativa a su identificación”, la cual deberá incluir:

- a) Nombre completo o denominación social;
- b) Logotipo o emblema institucional personalizado;
- c) Domicilio;
- d) Teléfono y correo (s) electrónico (s);
- e) Experiencia profesional y formación académica de quien o quienes signen el estudio, y
- f) Pertenencia a asociaciones del gremio de la opinión pública, en su caso.

Dicha información deberá ser actualizada por quienes la proporcionaron.

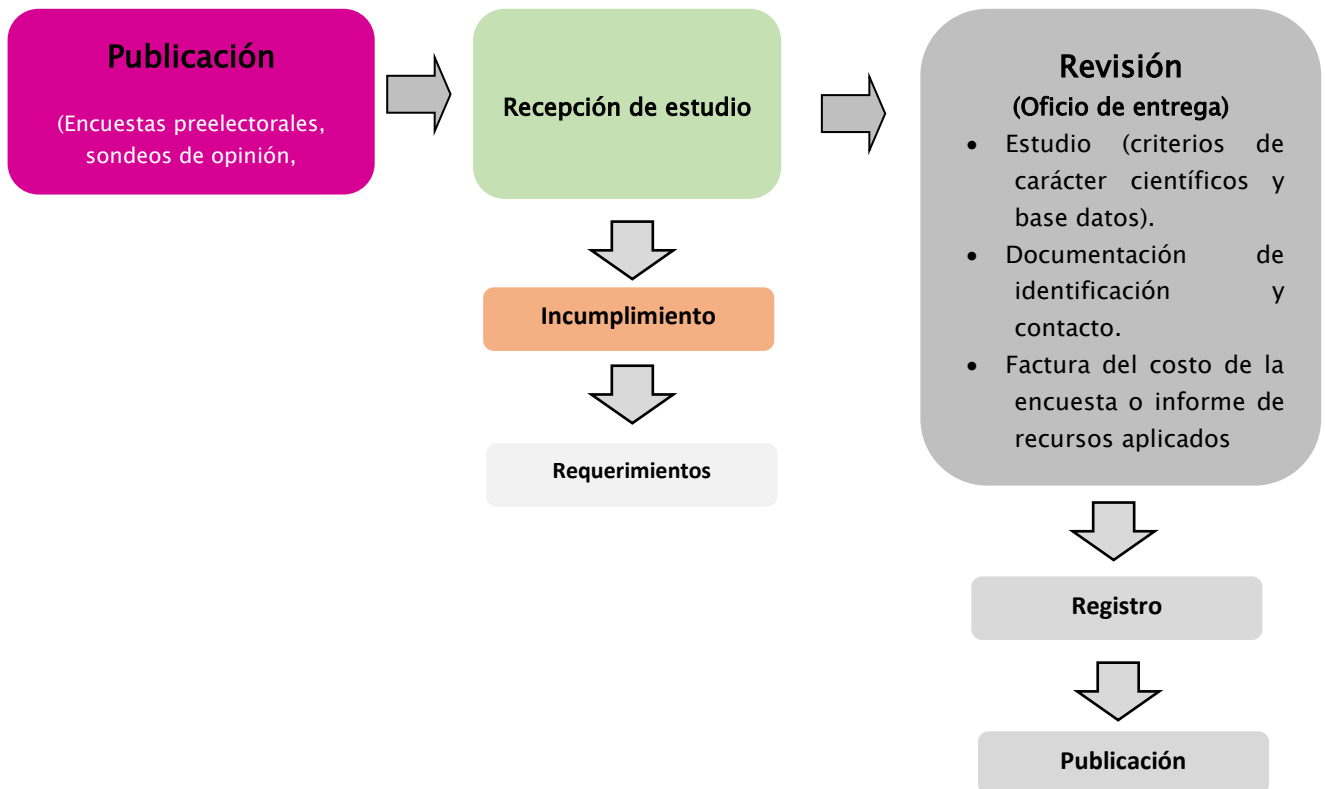
Para lo anterior, se debe **elaborar un registro** con los datos de quienes entregan estudios, de manera que no sea necesaria su presentación cada vez que esa misma persona física o moral realice una encuesta nueva. Sólo en caso de cambiar sus datos, la persona física o moral en cuestión será responsable de hacerlo del conocimiento del OPL.

4.-Informe o factura del costo de la encuesta

La LGIPE establece en su artículo 213, numeral 3 que “*Las personas físicas o morales que difundan encuestas o sondeos de opinión deberán presentar al Instituto o al Organismo Público Local un informe sobre los recursos aplicados en la realización de la encuesta o sondeo de opinión en los términos que disponga la autoridad electoral correspondiente.*”

En cumplimiento a esta disposición, el criterio número 11 establecido en la fracción I del Anexo 3 del Reglamento de Elecciones identifica dos supuestos principales.

1. **Cuando la persona física o moral que difunde la encuesta es distinta a la que la realizó**, ésta debe acompañar el informe de recursos aplicados con la factura que respalda la contratación para la realización de dicha encuesta. En estos casos, se deberá explicitar el monto o proporción que hubiese sido efectivamente cubierto al momento de la publicación.
2. **Cuando la persona física o moral que difunde la encuesta es la misma que la realizó**, ésta sólo debe presentar un informe del costo total del estudio realizado (es decir, sin factura).



3.- Verificación

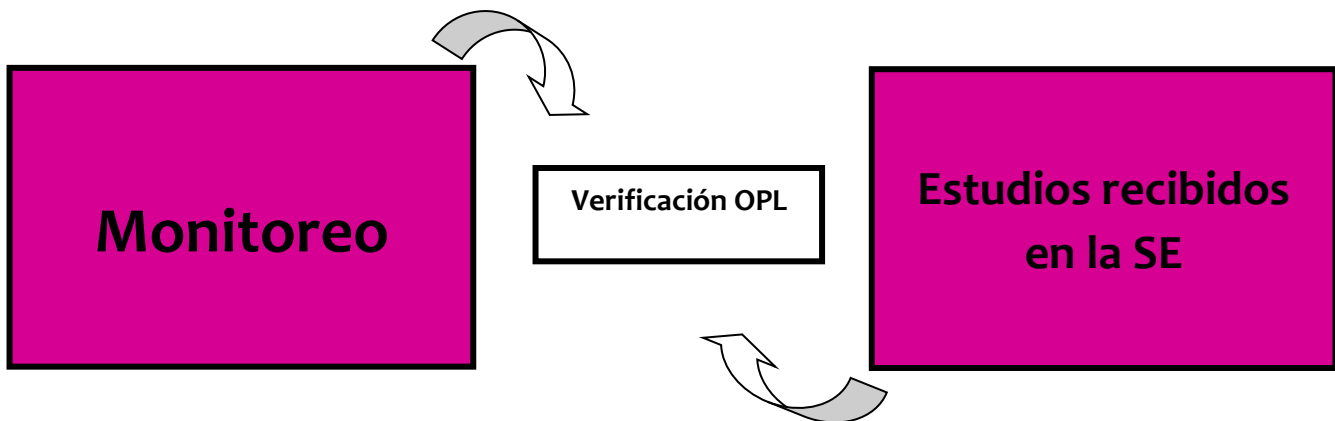
Otra actividad central de la regulación de encuestas electorales consiste en verificar el cumplimiento de los lineamientos y criterios científicos por parte de quienes publican, solicitan u ordenan la publicación de encuestas electorales. Estas obligaciones se resumen en dos principales acciones: por un lado, recibir en la Secretaría Ejecutiva del OPL correspondiente el estudio completo que respalde los resultados de encuestas sobre preferencias electorales que hubieran sido publicados por cualquier medio; y por el otro lado, que dichos estudios contengan todos los elementos que se establecen en los criterios generales de carácter científico aprobados por el INE.

3.1.- Verificación de la entrega del estudio

Quienes publican, solicitan u ordenan la publicación de encuestas electorales deben entregar a la autoridad electoral correspondiente los estudios que respalden los resultados publicados sobre preferencias electorales, de conformidad con los criterios generales de carácter científicos aprobados por el Consejo General y establecidos en el Anexo 3 del Reglamento de Elecciones.

De la verificación resulta importante señalar que:

- De acuerdo al Reglamento de Elecciones, artículo 136, numeral 2, indica que el envío del estudio será a más tardar dentro de los **cinco días siguientes a la publicación de la encuesta** por muestreo o sondeo de opinión respectivo. En caso de que no se tenga el estudio de la publicación se procederá a requerir la información (este procedimiento que se detallará en el siguiente apartado).
- La entrega del estudio debe hacerse a la Secretaría Ejecutiva del OPL.
- La Secretaría Ejecutiva del OPL verificará y cotejará que los estudios que respaldan las publicaciones originales reportadas en el monitoreo hayan sido enviados a dicho órgano.




3.2.-Verificación del contenido de los estudios, de acuerdo a los criterios científicos.

Una vez que se reciben los estudios que respaldan la publicación de encuestas sobre preferencias electorales de elecciones locales, ya sea dentro del plazo de los cinco días o después de efectuar los requerimientos, la Secretaría Ejecutiva deberá proceder a la revisión exhaustiva que conlleve la verificación del cumplimiento de los criterios de carácter científicos y que se encuentran establecidos en el Anexo 3 del reiterado Reglamento. En este sentido, es útil definir a cada uno de los criterios para poder determinar el nivel de cumplimiento o si falta alguno de ellos. De manera breve y general se explica a continuación cada uno de los criterios de carácter científico.

Criterio	Definición	Ejemplo
1.-Objetivo(s)	Es el fin o fines que persigue el levantamiento de estudio.	*Medir las preferencias rumbo a la elección presidencial México 2018.
2.-Diseño Muestral	a.-Definición de la población objetivo: Grupo representado en una muestra. En las encuestas electorales, la población puede estar formada por ciudadanos dentro de una unidad geográfica como es un distrito electoral o una ciudad, por todos los ciudadanos inscritos en el padrón electoral, o por todos los votantes probables, entre otros.	*Personas mayores de 18 años *Oaxaqueños mayores de 18 con credencial de elector.
	b.-Procedimiento de selección de unidades: Corresponde a un proceso sistemático o aleatorio del tamaño de la sección. Indica la forma o método empleado para elegir la unidad de estudio (sistemático, aleatorio, polietápico, etc.)	*Las unidades de muestreo se seleccionaron a través de un arranque aleatorio y salto sistemático de 50 secciones electorales.
	c.-Procedimiento de estimación: Es la forma o método que permite dar un valor aproximado de un parámetro de una población a partir de los datos proporcionados por una muestra.	*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.
	d.-Tamaño y forma de obtención de la muestra: el tamaño refiere número total de encuestados, mientras que la forma es la manera de la elección y obtención de la muestra.	*1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar. 100 secciones electorales en todo el territorio nacional.
	e.-Calidad de la estimación (confianza y error máximo en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias): Es el porcentaje de error del diseño de la muestra.	*Estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.1\%$.
	f.-Frecuencia y tratamiento de la no respuesta: se describe el tratamiento de la no respuesta y se clasifica en: personas que están indecisas, los que responden “no sé” y los que manifiestan que no piensan votar con relación a preguntas sobre preferencias del voto, se indica el porcentaje (%) por cada una de ellas.	*No respuesta 10%; indecisos 4%; no sé 5%; no piensa votar 1%.
	g.-Tasa de rechazo general a la entrevista: Es el porcentaje que representa la negativa a contestar, el abandono y número de contactos no exitosos	*Se contactaron a 1,282 personas y rechazaron la entrevista 682 personas por lo que la tasa de rechazo fue de 53.1%.
Método de recolección	Método y fecha de recolección de la información: el método es la forma de recolección, puede ser: entrevistas cara a cara, en viviendas particulares, entrevistas telefónicas, método mixto, entre otros. La fecha de recolección corresponde al periodo en el cual se levantó la encuesta.	*Entrevistas realizadas vía telefónica *Del 4 al 11 de mayo de 2015
Cuestionario	Cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada (fraseo): Se refiere al fraseo exacto con el cual se hicieron las entrevistas y se obtuvo la información.	*Si el día de hoy fueran las elecciones para gobernador, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?
Estimadores e intervalos de	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza: Se refiere al modo bajo el cual la información fue procesada para obtener los resultados; se indica la estimación por cada parámetro y los intervalos de confianza por cada estimación	*Los cuestionarios contestados fueron procesados en la oficina de la empresa. El estimador para calcular la proporción de cada opción de respuesta dicotómica en



Criterio	Definición	Ejemplo
confianza	efectuada.	cada reactivo aplicado está dado por la proporción entre población e individuos.
Software para procesamiento	Denominación del software utilizado para el procesamiento de los datos: se refiere al nombre del programa utilizado para el manejo de la información y datos obtenidos (Paquete R, Excel, Clean up en SPSS, Paquetería Office, Geo control, Stata)	*Captura de datos en Geocontrol y procesados con Office. *Se empleó paquete estadístico propio y SPSS.
Base de datos	Base de datos: en donde se registran los datos recabados para su procesamiento. Se debe entregar en formato electrónico, sin contraseñas ni candados, en el archivo de origen (no PDF o imagen), que permita el manejo de sus datos. Así mismo que protejan la identidad de los entrevistados.	*Entregó base de datos en formato electrónico
Resultados	Principales resultados: son los principales resultados del levantamiento. (Representados en % de preferencia por partido político, candidato, candidato independiente y coaliciones)	*Preferencia electoral-presidente. Si hoy fuera las elecciones para elegir Presidente de la República, ¿Por quién votaría usted? JVM-PAN: 23.7% EPNPRI-PVEM: 42.5% AMLO-PRD-PT-MC: 16.9% GQTPANAL: 1%, No respuesta: 15.8%
Autoría y Financiamiento	a.-Persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta	* El Universal
	b.-Persona física o moral que diseño y llevó a cabo la encuesta	* Consulta Mitofsky
	c.-Persona física o moral que solicitó, ordenó o pagó la publicación de la encuesta.	*El Universal
	d.-Medio de publicación de la encuesta	*Periódico El Universal
	b.-Logotipo: Es el distintivo gráfico de identificación de la persona física o moral responsable de la encuesta.	
	c.-Persona física o moral: la razón social o nombre de la persona física o moral responsable de la encuesta.	Consulta Mitofsky S.A. de C.V.
d.-Nombre del Representante: (nombre del director de la empresa o representante legal)	Roy Campos	
e.-Datos: (incluye los medios electrónicos o telefónicos de la empresa o persona física).	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	
Recursos aplicados	Recursos económicos/financieros aplicados: un informe sobre los recursos aplicados a la realización de la encuesta o sondeo de opinión, acompañado de la factura (incluyendo el nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), y explicitando el monto y proporción que hubiese sido efectivamente al monto de la publicación. En los casos que sea la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, ésta deberá presentar un informe del costo del estudio realizado.	Entregó: *Factura *Informes del costo total del estudio realizado.
Antecedentes Profesional y/o Académico	Experiencia profesional y formación académica: se refiere a la documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública de la persona que realizó la encuesta. De ser el caso, la documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional del director de la organización.	Entregó: *Acta constitutiva de la asociación *Título(s), grado, certificado, etc. *Currículum



4.-Requerimientos

La reglamentación en materia de encuestas electorales faculta a la autoridad electoral para emprender un proceso de requerimiento a las personas físicas y morales que hayan incumplido con el envío de los criterios de carácter científico.

Cuando la Secretaría Ejecutiva del OPL identifique del monitoreo una encuesta original publicada en cualquier medio impreso y que se constate que no se cuenta con el estudio y siempre que haya culminado el plazo de 5 días para su entrega, podrá formular hasta tres requerimientos a las personas que hayan incumplido con la obligación de entregar copia del estudio que respalde los resultados publicados.

De acuerdo al artículo 147 del Reglamento de Elecciones, el proceso de requerimiento incluirá las siguientes acciones:

- ✓ **Se podrá formular hasta tres requerimientos** a las personas físicas o morales que hayan incumplido con la obligación de entregar copia del estudio que respalde los resultados publicados. (*Reglamento de Elecciones, artículo 147, numeral 1*). Cabe hacer mención, que algunos de los supuestos para efectuar los requerimientos será cuando:
 - El estudio no se haya presentado en tiempo y forma ante la Secretaría Ejecutiva del OPL,
 - El estudio se encuentre incompleto (no contenga la mayor parte de los criterios científicos, por lo que se deberá valorar si es procedente la realización de los requerimientos)
- ✓ **Para realizar la notificación de los requerimientos**, la Secretaría Ejecutiva del OPL podrá apoyarse del personal que determine, siempre que se atienda las reglas sobre notificaciones que se encuentren previstas en la legislación de cada entidad o la reglamentación interna del OPL. (*Reglamento de Elecciones, artículo 147, numeral 3*).

Asimismo, el artículo 148 del citado Reglamento establece que cuando un sujeto obligado sea omiso en entregar la información requerida por el OPL, la entregue incompleta o su respuesta al requerimiento formulado resulte insatisfactoria para acreditar el cumplimiento a las obligaciones establecidas en la LGIPE y el presente Reglamento, la Secretaría Ejecutiva deberá dar vista del incumplimiento al área jurídica competente con la finalidad que se inicie el **procedimiento sancionador respectivo**, en términos de lo dispuesto en la legislación aplicable.

En este contexto, es importante tener en consideración que el artículo 447, párrafo 1, de la LGIPE establece que: *1. Constituyen infracciones de los ciudadanos, de los dirigentes y afiliados de partidos políticos, o en su caso de cualquier persona física y moral, a la presente Ley:*

- a. **La negativa a entregar información requerida por el Instituto o los Organismos Públicos Locales, entregarla en forma incompleta o con datos falsos, o fuera de los plazos que señale el requerimiento, respecto de las operaciones mercantiles, los contratos que celebren, los donativos o aportaciones que realicen, o cualquier otro acto que los vincule con los partidos políticos, los aspirantes, los precandidatos o candidatos a cargo de elección popular.**

Es importante mencionar que corresponde a cada OPL analizar la viabilidad de instaurar un procedimiento sancionador.



5.-Publicación

El principio central que rige la regulación de encuestas electorales es la transparencia y la máxima publicidad. La autoridad electoral, al hacer pública la información sobre el cumplimiento o incumplimiento de las obligaciones en la materia, ofrece a la sociedad los insumos necesarios para que se pueda valorar la calidad de las encuestas, y en consecuencia, contribuir la construcción del voto razonado y de una opinión pública mejor informada.

En términos de lo que establece el artículo 145 del Reglamento de Elecciones, los OPL deberán **publicar los estudios a la brevedad de que se reciban** en su respectiva página electrónica institucional. Para ello será necesario que se habilite en dicha página un apartado permanente que albergue:

- ✓ **Los estudios entregados (con su respectiva protección de datos personales)**
- ✓ **Los costos que se reporten de las encuestas**
- ✓ **Los responsables de su realización y publicación**
- ✓ **Base de datos**
- ✓ **Informes presentados**

El mismo artículo establece que los informes que se presenten ante sus respectivos Órganos Superiores se publicarán en dicho apartado de la página de internet. Se recomienda que el informe sea acompañado de la base de datos correspondiente al monitoreo de encuestas, con el fin de ofrecer a la sociedad la mayor cantidad de información que le permita formarse una idea fundada y valorar la calidad de las encuestas electorales y sus resultados.

Adicionalmente, en este apartado podrá también publicarse información de interés general sobre las encuestas electorales, como la normatividad aplicable, lineamientos y códigos de ética internacionales, resultados de foros, conferencias y la información que a consideración de cada OPL resulte de interés para la sociedad. A manera de ejemplo se puede consultar el apartado de encuestas del INE, el cual tiene la siguiente liga electrónica:

<http://www.ine.mx/voto-y-elecciones/encuestas-electorales/>



6.-Informe

El Reglamento de Elecciones en su artículo 146, numerales 1 y 2 establecen que los **OPL deberán entregar** de manera mensual al INE, **sus respectivos informes presentados a sus Órganos Superiores de Dirección (Consejos Generales)**, así como los estudios que reportan dichos informes o las ligas para acceder a ellos, siempre que éstas se encuentren debidamente habilitadas para su consulta pública. La entrega se hará dentro de los 5 días posteriores a la presentación del mencionado Informe a sus respectivos Órganos Superiores de Dirección (Consejos Generales).

Para la entrega del informe es necesario cumplir con lo siguiente:

- a) Señalar **el periodo que comprende el informe** que se presenta;
- b) Señalar **el periodo que comprende el monitoreo** realizado;
- c) Hacer **la entrega del informe en formato electrónico**, preferentemente en metadatos, y
- d) En caso de contener información confidencial, **elaborar la versión pública del informe** que garantice la protección de datos personales.

6.1.-Informes mensuales presentados al Consejo General del OPL

El artículo 144, numeral 3 del multicitado Reglamento indica que los informes presentados deberán contener la siguiente información:

- a) **El listado y cantidad de las encuestas publicadas durante el periodo que se reporta**, debiendo señalar en un apartado específico las encuestas o sondeos cuya realización o publicación fue pagada por partidos políticos o candidatos;
- b) Para cada encuesta o estudio, **se informará sobre los rubros siguientes:**
 - I. Quién patrocinó, solicitó, ordenó y pagó la encuesta o estudio;
 - II. Quién realizó la encuesta o estudio;
 - III. Quién publicó la encuesta o estudio;
 - IV. El o los medios de publicación;
 - V. Si se trató de una encuesta original o de la reproducción de una encuesta original publicada con anterioridad en otro(s) medio(s);
 - VI. Si las encuestas publicadas cumplen o no con los criterios científicos emitidos por el Instituto;
 - VII. Características generales de la encuesta;
 - VIII. Los principales resultados;
 - IX. Documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública, de la persona que realizó la encuesta, y
 - X. Documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional de la persona física o moral que llevó a cabo la encuesta o del responsable de la misma.
- c) **El listado de quienes habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales, no hubieran entregado al Secretario Ejecutivo** del Instituto o del OPL correspondiente, copia del estudio completo que respalda la información publicada, o bien, hayan incumplido con las obligaciones que se prevén en este Reglamento.



6.2.-Publicación del Informe

En el artículo 145, numeral 1 del Reglamento de Elecciones se indica que una vez presentados los informes al Consejo General del OPL, se deberán realizar las **gestiones necesarias para publicar de forma permanente dichos informes en la página electrónica institucional**, junto con la totalidad de los estudios que le fueron entregados y que respaldan los resultados publicados sobre preferencias electorales del cual ya se ha señalado en el apartado de publicación.

6.3 Envío del informe

Tal como se ha señalado, los informes deberán ser entregados al INE dentro de los cinco días posteriores a la presentación ante el Órgano Superior de Dirección respectivo. Se podrá enviar a través de:

- ✓ Juntas locales Ejecutivas y,
- ✓ Oficinas de la Secretaría Ejecutiva del INE

6.4 Incumplimiento

El Reglamento de Elecciones establece en su artículo 146, numeral 3, que en caso de incumplimiento a la obligación de los OPLE de entregar sus Informes al INE, **la Secretaría Ejecutiva del INE formulará un requerimiento dirigido al Secretario Ejecutivo del OPL** correspondiente, con la finalidad de solicitar la entrega de los informes correspondientes, apercibiéndolo que en caso de no atender el requerimiento, se dará vista del incumplimiento a su superior jerárquico.

7.- Otras actividades

7.1 Encuestas de salida y/o conteos rápidos

Otra de las actividades de gran importancia para el Instituto y los OPL en materia de regulación de encuestas electorales, son las relativas a las encuestas de salida y/o conteos rápidos que se efectúan el día de la jornada electoral.

Las principales funciones del OPL establecidas en los artículos 138 y 139 del Reglamento de Elecciones, son las que a continuación se señalan:

- ✓ **Recibir los avisos de las personas interesadas en realizar encuestas de salida y/o conteos rápidos.** El aviso deberá estar acompañado con la información sobre los criterios de carácter científico que se señalan en la fracción II del Anexo 3 del Reglamento de Elecciones. En el caso de **elecciones federales y concurrentes, así como de elecciones locales cuya organización esté a cargo del INE de manera íntegra, el registro de las personas interesadas deberá hacerse ante el propio INE**, ya sea en las oficinas centrales de la Secretaría Ejecutiva o en las juntas locales ejecutivas. En caso de elecciones locales no concurrentes, el registro de las personas interesadas deberá hacerse ante la Secretaría Ejecutiva del OPL correspondiente.

El aviso podrá realizarse por medios electrónicos en los términos que, en su caso, dispongan el Instituto y los OPL, siempre que se cumpla con la entrega de la totalidad de la información requerida.



- ✓ El OPL, a través de su Secretaría Ejecutiva, **hará entrega de una carta de acreditación a toda persona física y moral que haya dado aviso en tiempo y forma**, y que haya entregado la totalidad de la información referida en el anexo 3, fracción II del Reglamento de Elecciones. El plazo para el envío de la solicitud y criterios científicos es a más tardar diez días antes de la jornada electoral.
- ✓ El OPL, **por conducto de su Secretaría Ejecutiva, deberán dar a conocer en la página electrónica**, antes del inicio de la respectiva jornada electoral, la lista de las personas físicas y morales que hayan manifestado su intención de realizar encuestas de salida o conteos rápidos el día de la elección.
- ✓ De manera opcional y sujeta a las posibilidades técnicas y financieras, los OPL podrán **proporcionar gafetes de identificación** para los encuestadores.

Es importante mencionar que **las encuestas de salida o conteos rápidos no podrán darse a conocer hasta el cierre oficial de todas las casillas** de la entidad que corresponda.

7.2 Apoyo de los OPL para la realización de los estudios de opinión

El artículo 142 del Reglamento de Elecciones precisa que los OPL **coadyuvarán con las personas físicas y morales** con el propósito de que cumplan y se apeguen a la normatividad en materia de encuestas electorales así como a los criterios generales de carácter científico aplicables, para lo cual se **facilitará información que contribuya a la realización de estudios y encuestas más precisas.**

Para ello, será necesario que dichas personas envíen una solicitud dirigida al Secretario Ejecutivo, quien podrá entregar información pública relativa a la estadística del listado nominal, secciones electorales, cartografía y ubicación de casillas. Dicha información estará sujeta a su disponibilidad: su publicidad y protección se realizará de acuerdo a la normatividad vigente en materia de transparencia, acceso a la información pública y protección de datos personales.



8.- Ejemplos de publicaciones

A continuación se presentan algunos ejemplos de los dos supuestos de publicaciones de encuestas electorales, esto es: encuestas originales y reproducciones.

NOTA: Cabe precisar que los ejemplos tienen como única finalidad mostrar algunos supuestos de cada una de los tipos de publicaciones sobre encuestas electorales, sirviendo sólo a manera de referencia, ya que cada OPL deberá analizar cada caso concreto para determinar si se trata de una encuesta original o reproducción.

Publicación Original

Encuesta publicada en algún medio por primera vez, ya sea en su totalidad, en parte o bien en lo esencial de sus resultados, o incluso, mediante una descripción de los mismos.

EL FINANCIERO
AÑO XXXIV N° 9258 · MEXICO D.F. MARTES 20 DE ENERO DE 2015 · \$10 M.N. · elfinanciero.com.mx

PAN, a 4 puntos del PRI; Morena se acerca al PRD

Parametría. Si hoy se realizaran las elecciones intermedias, los priistas mantendrían la mayoría en el Congreso

INDICADORES
IPC: cierre 41,285.58, variación % 0.28
DJ: cierre 17,511.57, variación % s/c
S&P 500: cierre 2,019.42, variación % s/c
NASDAQ: cierre 4,834.38, variación % s/c
DOLAR (DOPU): cierre \$14.6390, variación \$0.0590
WTI: cierre \$48.69, variación s/c

FRASE DEL DÍA
"Algunos creen que para ser buenos y católicos tienen que tener hijos como conejos"

Preferencia efectiva*
* La preferencia efectiva se contabiliza el "síguen", "no sé" y "no contestó"

Partido	Preferencia efectiva (%)
PAN	27
PRI	31
PRD	12
PT	2
PVEM	10
Movimiento Ciudadano	3
Partido Acción Nacional	3
Morena	10
Partido Humanista Social	1
Democrática Social	1

El PRI aventaja con cuatro puntos al PAN, mientras que el PRD se encuentra apenas con dos puntos por encima de Morena en la carrera hacia la conformación del Congreso de la Unión, por lo que el tricolor seguiría conservando la mayoría si hoy fueran los comicios que se realizarán en junio, de acuerdo con una encuesta levantada por Parametría sobre las preferencias en las elecciones federales.

Estima que 40 millones de mexicanos acudirían a las urnas este año, con niveles de participación de alrededor del 50 por ciento, mientras que en las elecciones de las nueve gubernaturas los niveles llegarían a 60 por ciento. —PÁGS. 44 Y 45—

Reproducción

Aquellas encuestas publicadas con posterioridad a una publicación original.

Fecha de publicación: 20/01/2015



Fecha de publicación: 21/01/2015

EL FINANCIERO
Bloomberg

PAN, a 4 puntos del PRI; Morena se acerca al PRD

Parametria. Si hoy se realizaran las elecciones intermedias, los priistas mantendrían la mayoría en el Congreso

Preferencia electoral

Partido	Porcentaje
PAN	27
PRI	23
PRD	13
Morena	11
PT	7
PUSC	5
PUSC	3
PUSC	2
PUSC	1
PUSC	1

EL PAÍS

El PRI a la cabeza, según encuesta de Parametria

Si hoy fuera la elección para diputado federal, ¿por cuál partido votaría usted?

60% según la encuesta de la Parametria

Partido	Porcentaje
PRI	60
PAN	13
PRD	11
Morena	7
PT	3
PUSC	2
PUSC	1
PUSC	1



Cita

Notas periodísticas o columnas editoriales que retoman información parcial, no integral o en lo esencial, de encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida y/o conteos rápidos, siempre y cuando la nota o columna se centre de manera evidente en un análisis u opinión de quien la suscribe o del medio que la publica, debiendo especificarse la fuente de donde se retoman los datos.

Excepto cuando la autoridad electoral cuente con elementos que permitan considerar una publicación – aunque de manera indiciaria- como una publicación original, evitando fraudes a la ley, por lo que cada OPL deberá realizar el análisis respectivo para tomar los criterios que determinarán si una publicación es una encuesta original, una reproducción o una cita.

42 EF Martes 27 de Enero de 2015

OPINIÓN

Perspectivas 2015

La tendencia, desde hace 18 años, es férrea: los electores han sancionado negativamente al partido del presidente de la República en las elecciones intermedias. En 1997 el PRI perdió, por primera vez en la historia, la mayoría en la Cámara de Diputados. Posteriormente, el PAN ni siquiera alcanzó la mayoría relativa en 2003 y 2009.

La encuesta de Parametría-El FINANCIERO (20/1/15) apunta que el PRI podría alcanzar la mayoría relativa en esta ocasión (31 por ciento). Pero aún faltan las campañas y su distancia respecto del PAN es de apenas 4 puntos. Nada está, pues, decidido.

La situación económica es un factor determinante en la definición del voto en cualquier elección, pero lo es especialmente en los procesos intermedios. En 1991, después de la crisis del 6 de julio del 88, el PRI logró la mayoría absoluta. La explicación de ese hecho estuvo asociada a los éxitos económicos del gobierno: renegociación de la deuda externa, control de la inflación, crecimiento económico y estabilidad cambiaria.

El panorama, hoy, es distinto: incremento de impuestos, bajo crecimiento económico, caída del precio del petróleo y volatilidad cambiaria.

La molestia generalizada por la reforma fiscal y por los escasos logros en materia económica pesarán, sin duda, en la orientación del voto.

Otro factor que incrementa la inconformidad es la crisis de inseguri-

dad que ha catalizado Ayotzinapa. La reacción del gobierno fue tardía, no acaba de encontrar una salida, y carece de una estrategia efectiva para contener la violencia y la impunidad. No habrá, en consecuencia, resultados tangibles ni a corto ni a mediano plazo.

Por si lo anterior fuera poco, "casa blanca", Malinalco e Ixtapan han socavado la credibilidad del gobierno de la República. Hechos graves en sí mismos, pero más en el contexto de una política recaudadora que presiona a empresas y hogares, sin garantizar transparencia ni eficiencia en el gasto público.

Hay, sin embargo, una primera consideración: la inconformidad ciudadana puede expresarse no sólo como voto de castigo, sino como indiferencia. Además, como bien se sabe, las elecciones intermedias registran una tasa de participación más baja que las presidenciales. De forma tal, que el peso de los electores cautivos se incrementa, respecto de los votantes indefinidos e inconformes, diluyendo el voto de censura.

Segunda consideración: los gobernadores priistas pondrán a funcionar las maquinarias electorales en 19 estados, particularmente donde habrá comicios locales.

El PAN, por su parte, se presenta a la elección con saldos positivos y negativos. Los primeros, son su oposición sistemática a la reforma fiscal y su rol en la energética. Los segundos, son los 12 años de alter-

de corrupción, amén de los conflictos internos. El resurgimiento del panismo indica que los saldos positivos superan a los negativos.

2015 es el año del debut de Morena. El campanazo ya está dado. Las encuestas muestran que el movimiento de AMLO tiene asegurado el registro. No sólo eso. Parametría-El FINANCIERO lo ubica a sólo dos puntos del PRD. Son muchos los imponderables de aquí al 7 de junio. Pero, así como una caída está descartada, cabe la posibilidad de un incremento del voto por Morena.

A contrapunto, el PRD enfrenta un escenario muy complicado. Ayotzinapa lo ha golpeado severamente. No ha logrado distanciarse ni des-

pejar sombras y sospechas. La salida de Cuauhtémoc Cárdenas y otros perredistas (Encinas, Delgado), así como la declaración de Ríos Piter, han puesto contra la pared a Nueva Izquierda, y anticipan fugas que podrían convertirse en estampida.

Todos los elementos mencionados hacen del 2015 un año clave. Los resultados marcarán las tendencias y la correlación de fuerzas hacia 2018. La resurrección (si es que es válido ese término) de AMLO se puede dar por descontada. Y si el gobierno federal continúa aferrado y ensimismado, se puede anticipar, también, que el rayito de esperanza será un fuerte candidato a la presidencia de la República.

Factores de inconformidad

La "casa blanca", Malinalco e Ixtapan han socavado la credibilidad del gobierno de la República; otro factor es la crisis de inseguridad que ha catalizado Ayotzinapa.

Definición del voto

El incremento de impuestos, bajo crecimiento económico, caída del precio del petróleo y la volatilidad cambiaria pesarán, sin duda, en la orientación del voto.



GLOSARIO

Conteo Rápido no institucional: Se refieren al ejercicio de estimación estadística que realizan las personas físicas y morales, distintas a la autoridad electoral, a partir de una muestra representativa de los resultados de la votación obtenida en casillas, a fin de tratar de obtener una estimación del resultado de la elección correspondiente.

Elección Federal: Es el conjunto de actividades y procedimientos definidos en la normatividad, que posibilitan la transferencia del poder político de representantes populares a nivel federal (diputados federales, senadores y Presidente de la República) por medio del voto.

Elección Local: Es el conjunto de actividades y procedimientos definidos en la normatividad que posibilitan la transferencia del poder político de representantes populares a nivel local (gobernadores o jefe de gobierno, diputados locales, y ayuntamientos o jefaturas delegacionales) por medio del voto.

Encuesta electoral: Estudio que se realiza mediante una técnica que permite la recolección de opiniones y actitudes de una colectividad por medio de un cuestionario que se aplica a una muestra estadística de una población determinada, con el fin de conocer sus preferencias electorales (de voto).

Encuesta de salida: Es aquella que se realiza el día de la jornada electoral al pie de la casilla, mediante un cuestionario que se aplica a la ciudadanía inmediatamente después de haber emitido su voto. A diferencia de las encuestas que se realizan previo a la jornada electoral, las encuestas de salida buscan recabar información respecto a quién otorgó efectivamente su voto el elector.

LGIFE: Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Margen de error: Medida de variación o de incertidumbre asociada a cualquier resultado de una encuesta, el cual se deriva de que no se mide a toda la población sino a una muestra.

Método: Modo ordenado y sistemático de proceder para llegar a un resultado o fin determinado; es la base del resultado científico.

Muestra: Grupo o subconjunto de la población que se selecciona para participar en una encuesta. Cualquier grupo de personas entrevistadas se puede denominar muestra, pero, si no se utiliza un diseño probabilístico, no se puede saber cuál es la población que representa.

Población: Grupo representado en una muestra. En las encuestas electorales, la población puede estar formada por adultos dentro de una unidad geográfica como es un distrito electoral o una ciudad, por todos los adultos inscritos en el padrón electoral, o por todos los votantes probables.

Proceso Electoral Federal (PEF): Es el conjunto de actos ordenados por la Constitución y la LEGIFE, realizados por las autoridades electorales, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, que tiene por objeto la renovación periódica de los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo.

Rechazo: Se entiende por rechazo cuando una persona se niega a responder alguna pregunta de la encuesta. Para efectos de la presente Guía, el rechazo puede referir al número de negativas a responder o abandono del encuestado, y por otro lado, el número de contactos no exitosos.



Tasa: Es un coeficiente que expresa la relación entre la cantidad y la frecuencia de un fenómeno o un grupo de fenómenos. Se utiliza para indicar la presencia de una situación que no puede ser medida en forma directa y por lo tanto será representada como porcentaje.

Universo: Grupo completo acerca del cual se desea tener información y se obtiene por medio de una muestra. Por lo regular se le considera sinónimo de población.