



SECRETARIA EJECUTIVA
INFORME MENSUAL DEL CUMPLIMIENTO
DEL ACUERDO INE/CG220/2014

MAYO DE 2016

PRESENTACIÓN

Derivado de la reforma constitucional y legal en materia de regulación de encuestas electorales, los organismos públicos locales electorales deberán ejercer facultades en la materia a fin de regular la aplicación de las mismas, con base en los lineamientos y criterios emitidos por el Instituto Nacional Electoral.

El 22 de octubre de 2014, el Consejo General del Instituto Nacional emitió el Acuerdo INE/CG220/2014 por el que se establecen los Lineamientos así como los criterios generales de carácter científico que deberán observar las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer las preferencias electorales, así como preferencias sobre consultas populares durante los procesos electorales federales y locales.

Por su parte, el Instituto Electoral de Tamaulipas, en fecha 1 de diciembre de 2015, aprobó el Acuerdo IETAM/CG17/2015 mediante el cual se instruye a las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, así como preferencias sobre consultas populares, durante el Proceso Electoral Ordinario 2015-2016, observen los Lineamientos y criterios generales de carácter científico emitidos por el Instituto Nacional Electoral.

En cumplimiento a lo dispuesto por los artículos 213 y 251 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, y en términos de lo establecido en el Lineamiento 1 y 14 del Acuerdo INE/CG220/2014, la Secretaría Ejecutiva presenta el primer informe mensual sobre la publicación de encuestas que tienen por objeto dar a conocer preferencias electorales sobre elecciones locales 2015-2016, correspondientes al período del 17 de abril al 24 de mayo de 2016.

1. FUNDAMENTO LEGAL

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

El artículo 41, Base V, Apartado B, inciso a), párrafo 5, establece que corresponde al Instituto Nacional Electoral, para los procesos electorales federales y locales, emitir las reglas, lineamientos, criterios y formatos en materia de encuestas o sondeos de opinión. Asimismo, el Apartado C, inciso a), párrafo 8 establece que en las entidades federativas los organismos públicos locales ejercerán funciones en materia de encuestas o sondeos de opinión, conforme a los lineamientos establecidos por la autoridad electoral nacional.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

El artículo 104, párrafo 1, inciso l) señala que corresponde a los organismos públicos locales verificar el cumplimiento de los criterios generales que emita el Instituto en materia de encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales que deberán adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo este tipo de estudios en la entidad de que se trate.

El artículo 251, numeral 5, establece que quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio.

El numeral 6 del mismo artículo, así como el 213, numeral 2, prohíben la publicación o difusión por cualquier medio, de los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se encuentren en los husos horarios más occidentales del territorio nacional, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquellos que incurran en alguno de los tipos previstos y sancionados en la Ley General de Delitos Electorales.

El numeral 7 del citado artículo 251, dispone que el Consejo General del Instituto Nacional Electoral determinará los criterios generales de carácter científico que adoptarán las personas físicas o morales que pretendan realizar encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de la votación, previa consulta con los profesionales del ramo o las organizaciones en que se agrupan.

Los párrafos 3 y 4 del artículo 213 establecen disposiciones completamente nuevas, en las que señalan 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 sondeos de opinión, en los términos que disponga la autoridad

electoral correspondiente. Asimismo, el mencionado artículo establece que la metodología, costos, personas responsables y resultados de las encuestas o sondeos serán difundidas en su página de internet, por los organismos públicos locales en el ámbito de su competencia

Ley Electoral para el Estado de Tamaulipas

El artículo 256 establece que será el INE quien emitirá las reglas, lineamientos, criterios y formatos de los resultados preliminares, encuestas o sondeos de opinión y conteos rápidos, en términos de la Ley General.

Acuerdo INE/CG220/2014

Por el que se emiten los lineamientos básicos de carácter técnico-metodológico que deberán satisfacer aquellas personas físicas o morales que realicen encuestas de intención del voto o encuestas de salida y conteos rápidos.

Acuerdo IETAM/CG17/2015

Mediante el cual se instruye a las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, así como preferencias sobre consultas populares, durante el Proceso Electoral Ordinario 2015-2016, observen los Lineamientos y criterios generales de carácter científico emitidos por el Instituto Nacional Electoral.

2.- MONITOREO DE ENCUESTAS PUBLICADAS

A fin de dar el debido cumplimiento al citado Acuerdo, la Unidad de Comunicación Social de este Organismo continuó con el 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 en la entidad, con relación al Proceso Electoral Ordinario 2015-2016.

En el período que se reporta, el monitoreo identificó:

- a. **1 encuesta original** publicada por primera ocasión el día 15 de mayo de 2016 en los periódicos “El Universal” y “La Razón de Tampico” relacionada con sondeo de opinión en el Estado de Tamaulipas efectuado por el Periódico “El Universal” con el fin de *“conocer la percepción de posible ganador para las próximas elecciones a gobernador”*
- b. **6 notas periodísticas referidas a encuestas** las cuales se centran de manera evidente en un análisis u opinión de quien la suscribe o publica citando información sobre resultados de diversos estudios formales, dentro del ejercicio libre del periodismo; que aunque no son reguladas por la normatividad ya señalada, sirven de apoyo a la localización de encuestas originales. Esta información se ofrece de manera detallada en el informe del monitoreo sobre encuestas electorales, disponibles en el portal de internet de este Instituto.

3.- ESTUDIOS METODOLÓGICOS RECIBIDOS EN ESTE ORGANISMO PÚBLICO ELECTORAL.

En atención a la obligación señalada en el numeral 1 de los *“Lineamientos que establecen los criterios de carácter científico que deberán observar las personas físicas o morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, así como consultas populares durante los procesos electorales federales y locales”*, con fecha 28 de abril de 2016, se recibió en la Secretaría Ejecutiva, oficio signado por el C.P. Rubén Jordán García, apoderado legal del Periódico “El Horizonte”, mediante el cual informa la realización de una encuesta sobre preferencias electorales para Gobernador del Estado de Tamaulipas, ordenada por ese medio a la firma **Mendoza Blanco & Asociados**, misma que fue realizada en el período del 15 al 17 de abril de 2016.

El 17 de mayo de 2016, se recibió oficio signado por el Director General de la firma **“Consulta S.A. de C.V.” “Consulta Mitofsky”**, mediante el cual envía copia del estudio de encuesta en vivienda realizado en el Estado en el período del 7 al 9 de mayo de 2016, con el objetivo de conocer la opinión ciudadana sobre la política y la sociedad en el Estado de Tamaulipas al momento de la aplicación de la encuesta.

El 20 de mayo de 2016, se recibió también oficio signado por el Director General de la firma “**Contacto Directo Inteligente 360, S.A. de C.V.**” (**Grupo Impacto**), mediante el cual envía copia del estudio “Semáforo Municipal Victoria 2016”, realizado en el municipio de Victoria el 9 y 10 de mayo de 2016, con el objetivo de conocer la percepción de la ciudadanía de este municipio ante la próxima elección de Presidente Municipal.

De la revisión efectuada a la metodología de los estudios presentados por las firmas encuestadoras Mendoza Blanco & Asociados, Consulta Mitofsky y Grupo Impacto, se determinó que **cumplen con los criterios generales de carácter científico** señalados por los Lineamientos correspondientes, según se detalla en el Anexo de este informe.

4.- ENCUESTAS DE SALIDA Y/O CONTEOS RÁPIDOS

Con fundamento en lo dispuesto por el numeral 6 de los Lineamientos de la materia, esta Secretaría Ejecutiva da cuenta de las personas físicas y morales que a la fecha del presente informe dieron aviso de su pretensión de ordenar y realizar encuestas de salida y conteos rápidos durante la Jornada Electoral del 5 de junio de 2016.

Se hace del conocimiento del Consejo General que habiendo efectuado la verificación de las solicitudes y fichas metodológicas presentas, se determina que cumplen con los *criterios de carácter científico que deberán observar las personas físicas o morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas de salida y/o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales*, las siguientes personas físicas y morales:

No.	FECHA DE SOLICITUD	PERSONA FÍSICA O MORAL
1	29 de marzo de 2016	Lavín y Asociados
2	5 de abril de 2016	Consulta Mitofsky
3	18 de abril de 2016	Parametría S.A. de C.V.
4	27 de abril de 2016	Berumen y Asociados S.A de C.V.
5	9 de mayo de 2016	Servicios del Campo DIME S.C.
6	10 de mayo de 2016	Centro de Investigaciones Sociológicas de México
7	13 de mayo de 2016	Buendía & Laredo S.C.
8	13 de mayo de 2016	Comunicación Política
9	13 de mayo de 2016	Arias Asiain Asociados en Investigación S.C.
10	16 de mayo de 2016	Mendoza Blanco & Asociados
11	17 de mayo de 2016	Licea Servicios Integrales en Opinión S.C.
12	17 de mayo de 2016	Mercadotécnia Garantizada S.C.
13	19 de mayo de 2016	Proyecta Mercadotécnia Aplicada
14	20 de mayo de 2016	Medición y Análisis Estadístico Avanzado S.C.
15	23 de mayo de 2016	Bufete de Proyectos, Información y Análisis, S.A. de C.V.
16	23 de mayo de 2016	Megatendencias de Mercado y Opinión S.A. de C.V.
17	23 de mayo de 2016	Ipsos S.A. de C.V.
18	23 de mayo de 2016	Grupo Editorial eleese Noticias

Asimismo se informa que con la finalidad de facilitar el trabajo de las personas físicas y morales señaladas, se hará entrega de una carta de acreditación del registro del ejercicio de medición y de gafetes de identificación para los encuestadores, los cuales serán válidos exclusivamente para el día de la Jornada Electoral, haciendo la precisión, de que los estudios y resultados o información que éste arroje, son responsabilidad única y exclusiva de quien los realice; y que los resultados oficiales de las elecciones locales, serán exclusivamente aquellos que dé a conocer la autoridad electoral.

5.- DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE ENCUESTAS ELECTORALES

Con la finalidad de facilitar el acceso a la información generada sobre las encuestas electorales en torno al Proceso Electoral Ordinario 2015-2016, la información de los estudios entregados que respaldan los resultados de las encuestas y sondeos de opinión publicadas; los criterios de carácter científico entregados a la Secretaría Ejecutiva del IETAM, por parte de las personas físicas y morales que serán acreditadas, así como los informes mensuales presentados por esta Secretaría Ejecutiva al Consejo General se encuentran disponibles en el micro sitio *Encuestas Electorales*, en la página de internet del IETAM.

[http://ietam.org.mx/portal/PE2015-2016 Encuestas Electorales.aspx](http://ietam.org.mx/portal/PE2015-2016_Encuestas_Electorales.aspx)


Estudio efectuado por “Mendoza Blanco & Asociados”

Datos de identificación del estudio:		Mendoza Blanco & Asociados, S.C.
Criterio	Definición	Información del estudio
Objetivo	Fin que persigue el levantamiento de estudio	Generar estimaciones sobre el conocimiento, opinión y preferencia de partidos en la elección Gobernador.
Diseño Muestral	a).- Definición de la población objetivo: Grupo representado en una muestra	Ciudadanos que residen y cuentan con credencial de elector en el Estado de Tamaulipas.
	b).- Procedimiento de selección de unidades: Proceso sistemático o aleatorio del tamaño de la selección	Diseño de muestra estratificado por combinaciones de distritos federales con tipo de sección electoral. La primera unidad de muestreo es la sección electoral seleccionada con probabilidad proporcional a su lista nominal, la segunda es la manzana o grupo de viviendas con probabilidades iguales, la tercera las viviendas con probabilidades iguales, la tercera las viviendas con probabilidades iguales y la última los entrevistados de nuevo con probabilidades iguales.
	c) Procedimiento de estimación: Método que permite dar el valor aproximado de un parámetro de una población a partir de datos proporcionados por la muestra	Se obtienen de las frecuencias ponderadas de acuerdo a las probabilidades de selección de los entrevistados y sus correspondientes factores de expansión.
	d) Tamaño y forma de obtención de la muestra: Número total de encuestados y forma de su elección y obtención	El tamaño de muestra considerado es de 1,200 encuestas a nivel estado. La muestra se obtuvo de manera aleatoria acorde al diseño ya expuesto.
	e) Calidad de la estimación: Porcentaje de error del diseño de la muestra	En todas las estimaciones se considera un nivel de confiabilidad del 95%. El margen máximo de error para estimaciones de proporciones es de +3% a nivel estatal.
	f) Frecuencia y tratamiento de la no respuesta: Personas que están indecisas, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar	Las estimaciones se detallan incluyendo los porcentajes de no respuesta en cada uno de los reactivos. Cuando en la estimación no se considera la no respuesta, se indican en el resultado correspondiente
	g) Tasa de rechazo general a la entrevista: Porcentaje que representa la negativa a contestar, abandono y número de contactos no exitosos	Se ubicó en el 25%, mientras que los contactos no exitosos se ubicaron en 11%.
Método de recolección	Método y fecha de recolección de la información: entrevistas cara a cara, en viviendas particulares, entrevistas telefónicas, método mixto etc. y el período en que se levantó la información	La información se colectó cara a cara en el domicilio de los entrevistados. La preferencia electoral fue registrada en secreto con base en un formato depositado en una urna portátil. El trabajo de campo se realizó del 15 al 17 de abril de 2016.
Cuestionario	Instrumento de recolección utilizado: Fraseo exacto con el que se aplicó y se obtuvo la respuesta	¿Sabe usted cuándo eran las próximas elecciones en Tamaulipas? El próximo 5 de junio de 2016 habrá elecciones de Gobernador y Presidentes Municipales ¿Que tanto le interesa votar en estas elecciones? ¿Por cuál partido político votaría para Gobernador si el día de hoy fueran las elecciones? En relación con el próximo proceso de elección de Gobernador, se escuchan los nombres de diferentes personas que se postulan para el cargo, ¿a quiénes conoce o ha oído nombrar? ¿qué opinión tiene de ellos? ¿de qué partido es? ¿Con cuál partido político se identifica más por el momento?

Estimadores e intervalos de confianza	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza: Probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza, representado por frecuencias y estimadores	No se especifican
Software para procesamiento	Denominación del software utilizado para el procesamiento de datos: Paquete R, Excel, Clean up en SPSS, Paquetería Office, Geo control, Stata	Statistical Package for the Social Sciencies (SPSS)
Base de datos	Archivo de origen: (no PDF o imagen) en donde se registran los datos recabados y en el que proteja la identidad del entrevistado	Archivo SPSS, tablas de excell
Resultados	Resultados del levantamiento: Representados en porcentajes de preferencias por partido político, candidato y coaliciones	Conocimiento del próximo proceso electoral: Sí (5 de junio de 2016) 42%, Sí (este año) 11%, NS/NR 13%, Sí (junio de 2016) 30%, Sí (otra fecha) 4%. Conocimiento del próximo proceso electoral: Muchísimo o Mucho 42%, Regular 35%, Poco/Nada 22%, NS/NR 1%. Intención de voto por partido: PAN 37%, PRI 52%, PRD3%, PT, PVEM, NA y ES 1%, MC 2%. Conocimiento a Candidatos a Gobernador: Francisco Javier García Cabeza de Vaca 81%, Baltazar Manuel Hinojosa Ochoa 64%, Jorge Osvaldo Valdés Vargas 6%, Armando Vera García 5%, Gustavo Adolfo Cárdenas Gutiérrez 14%, Héctor Garza González 5%, Abdíes Pineda Morín 3% y Francisco Chavira Martínez 8%.
Autoría y financiamiento	a).- Persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta	Periódico "El Horizonte"
	b).- Persona física o moral que diseñó y llevó a cabo la encuesta	Mendoza Blanco y Asociados, S.C.
	c).- Persona física o moral que solicitó, ordenó o pagó la publicación de la encuesta	Azteca Noreste
	d).- Medio de publicación de la encuesta	No se especifica
	e).- Logotipo: Distintivo gráfico de identificación de la persona física o moral responsable de la encuesta	
	f).- Persona física o moral: Razón social o nombre de la persona física o moral responsable de la encuesta.	Mendoza Blanco y Asociados, S.C.
	g).- Nombre del representante: Director de la empresa o representante legal	C.P. Rubén Jordán García
	h).- e-Datos: Incluye los medios electrónicos o telefónicos de la empresa o persona física	Tel (55) 2652-1712 www.mendozablanca.com.mx consultores@mendozablanca.com.mx
Recursos aplicados	Recursos económicos/financieros aplicados: Informe acompañado de la factura (incluyendo nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), explicitando el monto y proporción que corresponde efectivamente al monto de la publicación. Cuando es la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, se deberá presentar un informe del costo del estudio realizado.	\$149,000.00
Antecedentes profesional y/o académico	Experiencia profesional y formación académica de la persona que realizó la encuesta, incluyendo documentación que lo demuestre	Rodolfo Mendoza Blanco, Actuario por la Universidad Nacional Autónoma de México en septiembre de 1987; con Maestría en Estadística e Investigación de Operaciones, con Mención Honorífica, por la Universidad Nacional Autónoma de México en mayo de 1989; y Doctor of Psilosophy, University of Pittsburgh, en agosto de 1995. Miembro certificado de ESOMAR, Organisation for encouraging, advancing and elevating market research woldwide, desde junio de 2008

Estudio efectuado por “Consulta Mitofsky”


Datos de identificación del estudio:		Consulta S.A. de C.V. Consulta Mitofsky
Criterio	Definición	Información del estudio
Objetivo	Fin que persigue el levantamiento de estudio	Conocer la opinión ciudadana sobre la política y la sociedad en el Estado de Tamaulipas al momento de la aplicación de la encuesta.
Diseño Muestral	a).- Definición de la población objetivo: Grupo representado en una muestra	Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en viviendas particulares e el Estado de Tamaulipas. Estos resultados "sólo tienen validez para expresar las preferencias electorales o la tendencia de la votación, así como las preferencias sobre las consultas populares, de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos o, en el caso de las encuestas de salida, el día de la jornada electoral.
	b).- Procedimiento de selección de unidades: Proceso sistemático o aleatorio del tamaño de la selección	Se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 120 secciones electorales en el Estado de Tamaulipas, en cada sección se seleccionaron 2 manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales); en cada una de las manzanas 5 viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
	c) Procedimiento de estimación: Método que permite dar el valor aproximado de un parámetro de una población a partir de datos proporcionados por la muestra	Los resultados presentados NO son simples frecuencias de respuestas, sino estimación basada en factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de cada individuo a ser encuestado, a partir de ellos se aplican modelos estadísticos tradicionales de estimación de proporciones en muestreo.
	d) Tamaño y forma de obtención de la muestra: Número total de encuestados y forma de su elección y obtención	1,200 ciudadanos con credencial para votar distribuidos en el Estado de Tamaulipas
	e) Calidad de la estimación: Porcentaje de error del diseño de la muestra	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 +/-2.8% para el Estado. 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. A esos se le conoce como "errores no de muestreo". Confianza y error de muestreo máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencia o tendencia.
	f) Frecuencia y tratamiento de la no respuesta: Personas que están indecisas, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar	No se especifica
	g) Tasa de rechazo general a la entrevista: Porcentaje que representa la negativa a contestar, abandono y número de contactos no exitosos	No se especifica
Método de recolección	Método y fecha de recolección de la información: entrevistas cara a cara, en viviendas particulares, entrevistas telefónicas, método mixto etc. y el período en que se levantó la información	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas "cara a cara" utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esta labor (el cuestionario no es de auto-llenado).

Cuestionario	Instrumento de recolección utilizado: Fraseo exacto con el que se aplicó y se obtuvo la respuesta	¿Cuál es el problema más importante que enfrenta el estado de Tamaulipas actualmente? En junio próximo habrá elecciones en Tamaulipas para elegir al próximo gobernador, a los alcaldes y diputados. En esta elección, ¿qué tan seguro es que usted vaya a votar? Intención de voto por partido político, utilizando simulación de boleta y urna.
Estimadores e intervalos de confianza	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza: Probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza, representado por frecuencias y estimadores	Los cuestionarios son capturados y se genera una base de datos en formato SPSS; esta base pasa primero filtros de congruencia interna de cada registro para identificar atipicidades y posteriormente ajustes a factores de expansión por no-respuesta (a nivel sección), y postestratificación en 3 variables: Sexo, Edad y Escolaridad. Cuando se presentan intervalos de confianza se indica en el reporte el nivel de confianza del que se trata y en su cálculo se toma en consideración la varianza del estimador para la variable a la que se construye el intervalo.
Software para procesamiento	Denominación del software utilizado para el procesamiento de datos: Paquete R, Excel, Clean up en SPSS, Paquetería Office, Geo control, Stata	Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)
Base de datos	Archivo de origen: (no PDF o imagen) en donde se registran los datos recabados y en el que proteja la identidad del entrevistado	Archivo SPSS
Resultados	Resultados del levantamiento: Representados en porcentajes de preferencias por partido político, candidato y coaliciones	El problema más importante que enfrenta el estado de Tamaulipas: Delincuencia 48.2%, Crisis económica 13.4%, Desempleo 9.2%, Corrupción 8.6%, Pobreza 6.1%, Narcotráfico 5.5%, Drogadicción 4.0% y Bajos Salarios 1.7%. Seguridad en asistir a votar: Totalmente seguro de ir a votar 41.4%, Es probable que sí vaya a votar 37.5%, Tal vez sí, tal vez no voy a votar 13.5%, Es probable que no vaya a votar 2.5%, Totalmente seguro de no ir a votar 3.7% y NSYNC 1.4% La intención del voto por partido para Gobernador de Tamaulipas (utilizando simulación de boleta y urna): Francisco García Cabeza de Vaca 33.7%, Baltazar Hinojosa Ochoa 30.6%, Jorge Osvaldo Valdez Vargas 4.0%, Armando Vera García 1.6%, Gustavo Adolfo Cárdenas Gutiérrez 2.0%, Héctor Martín Garza González 3.2%, Abdiel Pineda Morín 0.9%, Francisco Chavira Martínez 2.5% y No declara 21.5%
Autoría y financiamiento	a).- Persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta	Make Media S.A. de C.V.
	b).- Persona física o moral que diseñó y llevó a cabo la encuesta	Consulta Mitofsky
	c).- Persona física o moral que solicitó, ordenó o pagó la publicación de la encuesta	Make Media S.A. de C.V.
	d).- Medio de publicación de la encuesta	www.consulta.mx
	e).- Logotipo: Distintivo gráfico de identificación de la persona física o moral responsable de la encuesta	
	f).- Persona física o moral: Razón social o nombre de la persona física o moral responsable de la encuesta.	Consulta S.A. de C.V. Consulta Mitofsky
	g).- Nombre del representante: Director de la empresa o representante legal	Lic. Héctor Marcelo Ortega. Director General
	h).- e-Datos: Incluye los medios electrónicos o telefónicos de la empresa o persona física	Tel (55) 55-43-59-69 www.consulta.mx consulta@consulta.com.mx

<p>Recursos aplicados</p>	<p>Recursos económicos/financieros aplicados: Informe acompañado de la factura (incluyendo nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), explicitando el monto y proporción que corresponde efectivamente al monto de la publicación. Cuando es la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, se deberá presentar un informe del costo del estudio realizado.</p>	<p>\$278,400.00</p>
<p>Antecedentes profesional y/o académico</p>	<p>Experiencia profesional y formación académica de la persona que realizó la encuesta, incluyendo documentación que lo demuestre</p>	<p>Empresa líder en México en el campo de la investigación de la opinión pública; nuestra principal tarea es la consultoría especializada en estudios de mercado y de opinión pública a través de mediciones de actitudes, valores y características de diversos estratos poblacionales. Desde 1995 en CONSULTA MITOFSKY generamos, analizamos y presentamos la información para el diseño de estrategias, estimaciones de proyección y evaluación de desempeño en México, Estados Unidos y Centroamérica. Lic. Héctor Marcelo Ortega Villegas. Socio fundador y Director General de CONSULTA MITOFSKY. Estudió la licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Fue coordinador de campo en el área de encuestas en establecimientos comerciales del INEGI. Cuenta con más de 20 años de experiencia en la coordinación de proyectos cuantitativos y cualitativos, su destacada labor en el campo de la opinión pública lo llevó a ser finalista en la</p>


Estudio efectuado por “Contacto Directo Inteligente 360 S.A. de C.V.”

Datos de identificación del estudio:		Contacto Directo Inteligente 360 S.A. de C.V.
Criterio	Definición	Información del estudio
Objetivo	Fin que persigue el levantamiento de estudio	Conocer la percepción de la ciudadanía del municipio ante la próxima elección de Presidente Municipal
Diseño Muestral	a).- Definición de la población objetivo: Grupo representado en una muestra	Personas con credencial para votar vigente con servicio telefónico en vivienda del Municipio de Victoria
	b).- Procedimiento de selección de unidades: Proceso sistemático o aleatorio del tamaño de la selección	Muestreo aleatorio simple
	c) Procedimiento de estimación: Método que permite dar el valor aproximado de un parámetro de una población a partir de datos proporcionados por la muestra	No específica
	d) Tamaño y forma de obtención de la muestra: Número total de encuestados y forma de su elección y obtención	1,000 entrevistas efectivas elegidas mediante un muestreo aleatorio simple sobre el listado de teléfonos del Municipio de Victoria
	e) Calidad de la estimación: Porcentaje de error del diseño de la muestra	95% de nivel de confianza y +-3% de margen de error
	f) Frecuencia y tratamiento de la no respuesta: Personas que están indecisas, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar	No específica
	g) Tasa de rechazo general a la entrevista: Porcentaje que representa la negativa a contestar, abandono y número de contactos no exitosos	32% de abandonos y 36% de contactos no exitosos sobre el total de llamadas realizadas
Método de recolección	Método y fecha de recolección de la información: entrevistas cara a cara, en viviendas particulares, entrevistas telefónicas, método mixto etc. y el período en que se levantó la información	Telefónica, levantamiento efectuado el 9 y 10 de mayo de 2016
Cuestionario	Instrumento de recolección utilizado: Fraseo exacto con el que se aplicó y se obtuvo la respuesta	<p>¿Disculpe usted cuenta con credencial para votar vigente?</p> <p>Desde su punto de vista, ¿cuál de los siguientes temas es el que debe atender el próximo Presidente Municipal de Victoria de manera prioritaria?</p> <p>¿Cómo califica el trabajo que ha realizado Alejandro Etienne Llano como Presidente Municipal?</p> <p>¿Qué tan probable es que usted asista a votar el próximo 5 de junio?</p> <p>¿Conoce o ha oído hablar de Oscar Almaraz?</p> <p>¿Qué opinión tiene de él?</p> <p>¿Conoce o ha oído hablar de Arturo Soto?</p> <p>¿Qué opinión tiene de él?</p> <p>Si hoy fuera la elección a Presidente Municipal de Victoria, ¿por cuál partido político votaría usted?</p> <p>De igual forma, si hoy fuera la elección a Presidente Municipal de Victoria, ¿por quién votaría usted?</p> <p>¿Qué tan seguro se encuentra con esta decisión?</p> <p>Y si los candidatos solo fueran Arturo Soto del PAN, y Óscar Almaraz del PRI ¿por quién de ellos dos votaría usted? Y si los candidatos solo fueran Arturo Soto del PAN, y Óscar Almaraz del PRI ¿por quién de ellos dos votaría usted?</p>

Estimadores e intervalos de confianza	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza: Probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza, representado por frecuencias y estimadores	No se especifican
Software para procesamiento	Denominación del software utilizado para el procesamiento de datos: Paquete R, Excel, Clean up en SPSS, Paquetería Office, Geo control, Stata	Mocrosoft Excell 2010
Base de datos	Archivo de origen: (no PDF o imagen) en donde se registran los datos recabados y en el que proteja la identidad del entrevistado	Mocrosoft Excell 2010
Resultados	Resultados del levantamiento: Representados en porcentajes de preferencias por partido político, candidato y coaliciones	Desde su punto de vista, ¿cuál de los siguientes temas es el que debe atender el próximo Presidente Municipal de Victoria de manera prioritaria? Inseguridd 78.5%; Empleo 8.40%; Vialidad 3.40%; Educación 3.10%; Sistema de limpia 2.10%; Alumbrado 1.60% y NS/NC 2.90% ¿Cómo califica el trabajo que ha realizado Alejandro Etienne Llano como Presidente Municipal? Muy bueno 5.20%; Bueno 37.30%; Ni bueno ni malo 13.00%; Malo 22.90%; muy malo 15.20% y Ns/Nc 6.40% ¿Qué tan probable es que usted asista a votar el próximo 5 de junio? Muy probable 74.50%; Algo Probable 10.90%; Poco probable 6.10%; Nada probable 4.40% y Ns/Nc 4.10% Conoce o ha oído hablar de Oscar Almaraz? Sí 81.7% y No 18.30% ¿Qué opinión tiene de él? Muy buena 17.97%; Buena 48.53%; Ni buena ni mala 6.60%; mala 9.05%; muy mala 6.23% y Ns/Nc 11.62% ¿Conoce o ha oído hablar de Arturo Soto? Sí 66.80% y No 33.20%
Resultados	Resultados del levantamiento: Representados en porcentajes de preferencias por partido político, candidato y coaliciones	¿Qué opinión tiene de él? Muy buena 11.77%; Buena 49.78%; ni buena ni mala 8.49%; mala 8.64%; muy mala 2.24% y Ns/Nc 19.08% Si hoy fuera la elección a Presidente Municipal de Victoria, ¿por cuál partido político votaría usted? PRI 40.30%; PAN 11.10%; MC 7.80%; Morena 1.30%; PES 0.70%; PRD 0.60%; PVEM 0.50%; PT 0.40%; PANAL 0.30%; Ninguno 7.00% y Ns/Nc 14.0% De igual forma, si hoy fuera la elección a Presidente Municipal de Victoria, ¿por quién votaría usted? Oscar Almaráz Smer 39.10%; Xicoténcatl González 19.10%; Mónica Dávila 10.50% Otro 0.60%; Ninguno 3.50% y Ns/Nc 12.20% ¿Qué tan seguro se encuentra con esta decisión? Muy seguro 55.80%; Algo seguro 22.00%; Poco seguro 11.50%; Nada seguro 5.00% y Ns/Nc 5.70% Y si los candidatos solo fueran Arturo Soto del PAN, y Óscar Almaraz del PRI ¿por quién de ellos dos votaría usted? Oscar Almaráz 43.30%; Arturo Soto 28.20%; Ninguno 28.20% y Ns/NC 12.50%
Autoría y financiamiento	a).- Persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta	Contacto Directo Inteligente 360 S.A. de C.V.
	b).- Persona física o moral que diseñó y llevó a cabo la encuesta	Contacto Directo Inteligente 360 S.A. de C.V.
	c).- Persona física o moral que solicitó, ordenó o pagó la publicación de la encuesta	Contacto Directo Inteligente 360 S.A. de C.V.
	d).- Medio de publicación de la encuesta	www.gii360.com.mx
	e).- Logotipo: Distintivo gráfico de identificación de la persona física o moral responsable de la encuesta	
	f).- Persona física o moral: Razón social o nombre de la persona física o moral responsable de la encuesta.	Contacto Directo Inteligente 360 S.A. de C.V.
	g).- Nombre del representante: Director de la empresa o representante legal	Ana Laura Arroyo
	h).- e-Datos: Incluye los medios electrónicos o telefónicos de la empresa o persona física	contacto@gii360.com.mx

Recursos aplicados	Recursos económicos/financieros aplicados: Informe acompañado de la factura (incluyendo nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), explicitando el monto y proporción que corresponde efectivamente al monto de la publicación. Cuando es la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, se deberá presentar un informe del costo del estudio realizado.	\$97,600.00
Antecedentes profesional y/o académico	Experiencia profesional y formación académica de la persona que realizó la encuesta, incluyendo documentación que lo demuestre	Ana Laura Arroyo es Fundadora y Directora Ejecutiva de Gii360, Licenciada en Derecho con especialidad en Sistemas de Gobierno Presidencial y Parlamentario, con Diplomados en el Centro de Investigaciones y Desarrollo Económico CIDE, Universidad Nacional Autónoma de México UNAM y PHD Entrepreneur Business College. Miembro de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos ALACOP y The International Association of Political Consultants IAPC. Cuenta con experiencia en más de 70 campañas políticas para Gobernadores, Senadores, Diputados y Alcaldes en México y América Latina. Es conferencista nacional e internacional sobre opinión pública, estrategia política y comunicación.

								SECRETARIA EJECUTIVA <small>PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2015-2016</small>			
MONITOREO EN MEDIOS IMPRESOS SOBRE ENCUESTAS, SONDEOS Y CONTEOS RÁPIDOS DEL PEF 2015 - 2016 DEL 16 DE ABRIL AL 16 DE MAYO DE 2016											
Información General								Responsabilidad			
FOLIO	PERIODO EN QUE SE PUBLICÓ	FECHA DE PUBLICACIÓN	CLASIFICACIÓN	ENTIDAD	MEDIO IMPRESO	SECCIÓN	PÁGINA	MEDIO EN EL QUE SE PUBLICÓ	PATROCINADOR DE LA ENCUESTA	REALIZADOR DE LA ENCUESTA	RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN
TAM-00001	Campaña	15-may	GENERAL	TAMAULIPAS	EL UNIVERSAL	ESTADOS	12-A	EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL	EL UNIVERSAL
TAM-00002	Campaña	15-may	GENERAL	TAMAULIPAS	LA RAZON DE TAMPICO	PRINCIPAL	PORTADA	LA RAZÓN DE TAMPICO	-	EL UNIVERSAL	-
TAM-00003	Campaña	16-may	GENERAL	TAMAULIPAS	EL DIARIO DE VICTORIA	PRINCIPAL	PORTADA	EL DIARIO DE VICTORIA	-	EL UNIVERSAL	-
TAM-00004	Campaña	16-may	GENERAL	TAMAULIPAS	EL BRAVO DE MATAMOROS	PRINCIPAL	PORTADA	EL BRAVO DE MATAMOROS	-	EL UNIVERSAL	-
TAM-00005	Campaña	16-may	GENERAL	TAMAULIPAS	LA PRENSA DE REYNOSA	PRINCIPAL	PORTADA	LA PRENSA DE REYNOSA	-	EL UNIVERSAL	-

					SECRETARIA EJECUTIVA <small>PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2015-2016</small>		
NOTAS PERIODISTICAS REFERIDAS A ENCUESTAS DEL 16 DE ABRIL AL 16 DE MAYO 2016							
NÚMERO	FECHA DE PUBLICACIÓN	MEDIO EN QUE SE PUBLICO	MUNICIPIO	GENERO	ARTÍCULO	AUTOR	RELACIONADO CON
TAM-0001	29-abr	EL MERCURIO	VICTORIA	COLUMNA	Baltazar, 15 puntos la diferencia: Meba	JOSÉ ELEAZAR AVILA	ELECCIÓN DE GOBERNADOR
TAM-0002	1-dom	CONTACTO DE MATAMOROS	MATAMOROS	COLUMNA	Situan a Balta como #1	ANGEL VIRGEN ALVARADO	ELECCIÓN DE GOBERNADOR
TAM-0003	30-abr	EL MERCURIO	VICTORIA	COLUMNA	Garza Barrios se defiende en nueo Alredo	ALBERTO GUERRA SALAZAR	ELECCIÓN DE GOBERNADOR
TAM-0004	16-may	EL EXPRESO	VICTORIA	COLUMNA	El crecimiento de Baltazar	JUN ANTONIO MONTOYA	ELECCIÓN DE GOBERNADOR
TAM-0005	16-may	EXPRESO	VICTORIA	COLUMNA	Aventaja Baltazar con 75 mil votos	FERNANDO ACUÑA PIÑEIRO	ELECCIÓN DE GOBERNADOR
TAM-0006	16-may	EXPRESO	VICTORIA	COLUMNA	La encuesta del Universal	MELITON GARCIA DE LA ROSA	ELECCIÓN DE GOBERNADOR