

## Guía para los Organismos Públicos Locales sobre la regulación de encuestas electorales.

### Procesos Electorales Locales 2015-2016



## ÍNDICE

1. Introducción.....	2
2. Recepción.....	3
3. Monitoreo.....	7
4. Verificación.....	11
5. Publicación.....	14
6. Reporte.....	15
7. Ejemplos de publicaciones.....	17
8. Glosario.....	21

# 1.-Introducción

La nueva normatividad en materia de regulación de encuestas electorales establece que los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE) 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 pasado 22 de octubre de 2014, el Consejo General del INE aprobó 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 preferencias electorales, así como preferencias sobre consultas populares, durante los procesos electorales federales y locales.*

De este modo, la reforma constitucional y legal, así como el Acuerdo INE/CG220/2014 antes mencionado, norman las funciones que los OPLE deben desarrollar para la regulación de encuestas y sondeos de opinión que tengan como objeto dar a conocer preferencias electorales.

Para orientar y apoyar a los OPLE en el trabajo de regulación de encuestas, la Secretaría Ejecutiva ha elaborado la presente guía, que se enfoca a explicar las cinco actividades centrales que se desprenden del nuevo marco normativo y que se enlistan a continuación:

1.-Recepción de estudios

2.-Monitoreo de encuestas en medios impresos

3.- Verificación de cumplimiento

4.-Publicación de información sobre encuestas

5.-Reporte: informes al CG y entrega al INE

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

## 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 OPLE, 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 (LGIPE), y en el Lineamiento 1 del Acuerdo CG220/2014.

La LGIPE y el mencionado acuerdo establecen que *“quienes publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre preferencias electorales o consultas populares que se realicen desde el inicio del Proceso Electoral Local o Federal hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección deberán cumplir con lo siguiente:*

- a. *Si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio, deberán entregar copia del estudio completo de la información publicada al Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral (cuando se trate de encuestas o sondeos sobre elecciones federales) o, en su caso, a su homólogo del Organismo Público Local correspondiente (cuando se trate de encuestas o sondeos de elecciones locales), directamente en sus oficinas o a través de sus respectivas estructuras desconcentradas.”*

El plazo de entrega del estudio a la autoridad electoral es durante los **cinco días naturales siguientes a la publicación de la encuesta**. De este modo, los OPLE con proceso electoral en 2015-2016, recibirán por parte de quien publique, o en su caso, de quien haya ordenado o solicitado la publicación, 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:

- ✓ **Oficio de entrega.**
- ✓ **Estudio (acorde a los criterios científicos) y base de datos (que protejan datos personales de los entrevistados).**
- ✓ **Documentación de identificación y contacto.**
- ✓ **Informe sobre los recursos económicos aplicados.**
- ✓ **Factura del costo de la encuesta o informe de recursos aplicados**

**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.

### 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 OPLE con fecha y hora de recepción.

## Estudio

Tal como lo señala el Lineamiento 1 c del Acuerdo INE/CG220/2014, el estudio completo deberá contener toda la documentación que señalan los criterios generales de carácter científico, y su entrega se realizará de conformidad con lo establecido en los mencionados criterios.

En este sentido, todo estudio debe contener la siguiente información (Acuerdo INE/CG220/2014):

*“Criterios generales de carácter científico que deben adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales, tendencias de la votación o preferencias sobre consultas populares de los ciudadanos.*

- **Objetivos del estudio.**
  - **Marco muestral.**
  - **Diseño muestral.**
    - Definición de la **población** objetivo.
    - Procedimiento de **selección** de unidades.
    - Procedimiento de **estimación**.
    - Tamaño y forma de obtención de la **muestra**.
    - Calidad de la estimación: **confianza y error máximo** implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias.
    - **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.
    - **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.
  - **Método y fecha de recolección de la información.**
  - **El cuestionario o instrumentos** de captación utilizados para generar la información publicada.
  - **Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza.**
  - **Denominación del software** utilizado para el procesamiento.
  - **La base de datos**, 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.
  - **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.
  - **Autoría y financiamiento.** Se deberá informar sobre la persona física y moral que:
    - Patrocinó o pagó la encuesta o sondeo
    - Diseñó y llevó a cabo la encuesta o sondeo
    - Solicitó, ordenó o pagó la publicación de la encuesta
- ...”

Dado que toda la información de los estudios será 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.

## Documentación de identificación y contacto

Constituye la información relativa a la identificación y autoría de quienes realizan y publican estudios, así como la señalada en el numeral 12 de los criterios de carácter científicos. En específico, se deberá reportar a la autoridad la siguiente información:

- **Los datos que permitan identificar fehacientemente a la persona física o moral que ordenó, realizó, publicó y/o difundió los estudios:**
  - Nombre o denominación social y logotipo
  - Domicilio, teléfono y correos electrónicos donde puedan responder requerimientos sobre los estudios.
- **Experiencia profesional y formación académica de quien realizó la encuesta o sondeo**
  - Documentación relativa a la formación académica del director de la organización que llevó a cabo la encuesta, o del responsable de la misma.
  - Documentación, **en su caso**, que pruebe la pertenencia a asociaciones nacionales e internacionales del gremio de la opinión pública.

Tal como lo establece el Lineamiento 1 del citado Acuerdo INE/CG220/2014, la información a que refiere este apartado **se presentará una sola vez, cuando se entregue a la autoridad un estudio por primera ocasión**. Esto, con el fin de evitar que se tenga que presentar la misma información cada vez que se publique una encuesta de una persona física o moral cuya documentación de identificación y contacto ya haya sido entregada con anterioridad a la autoridad.

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 cuando la persona física o moral sea distinta a alguna previamente registrada, ésta deberá presentar toda la documentación a que refiere este apartado.

## Factura del costo de la encuesta o informe de recursos aplicados

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.**”*

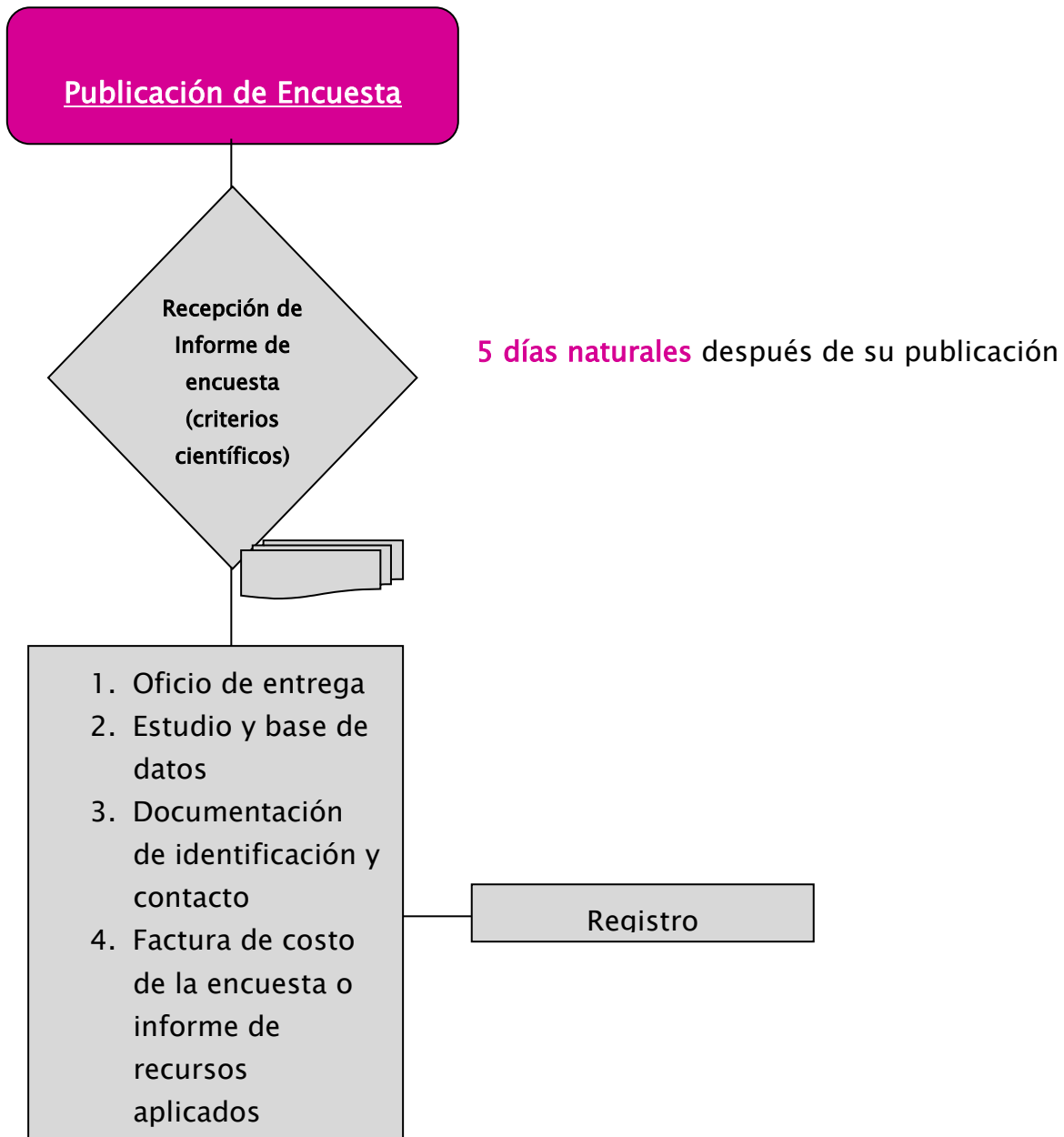
En cumplimiento a esta nueva disposición en materia de regulación de encuestas, producto de la reciente reforma político electoral, el multicitado Acuerdo INE/CG220/2014 identifica a dos sujetos con distinta obligación:

- **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.

- **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).

## Recepción



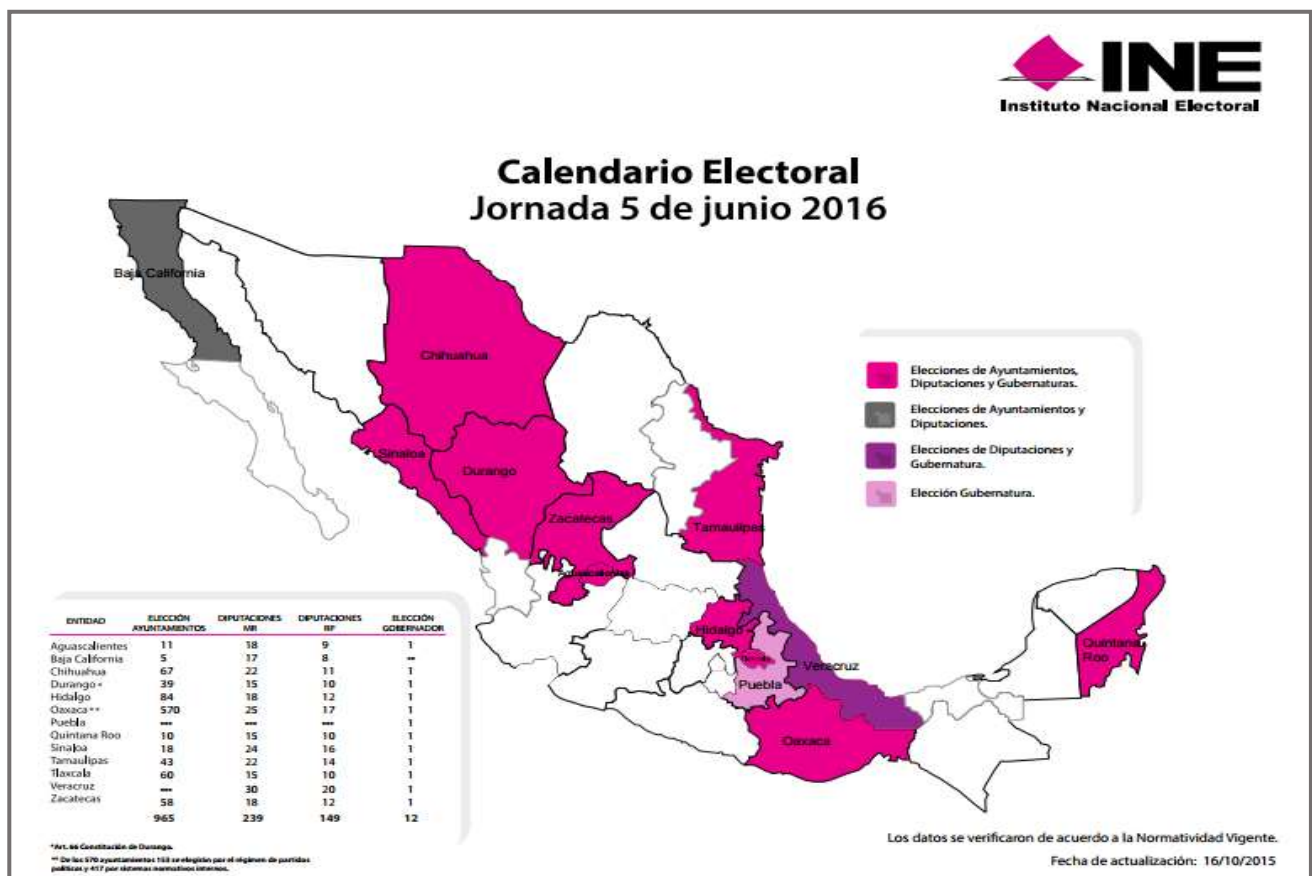
### 3.-Monitoreo.

La experiencia adquirida en materia de regulación de encuestas en el Proceso Electoral Federal de 2011-2012, en el cual el extinto Instituto Federal Electoral (IFE) llevó a cabo un monitoreo de publicaciones impresas que reportó un total de 4,433 publicaciones realizadas sobre encuestas, confirmó la importancia de este trabajo para la regulación en la materia. **Gracias al monitoreo la autoridad electoral tiene conocimiento de las encuestas que son publicadas y puede así detectar si cuenta o no con el estudio que respalda sus resultados.**

Es por ello que el Acuerdo INE/CG220/2014 establece en el Lineamiento 9 que tanto el INE como los OPLE **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.

El monitoreo debe realizarlo el área de comunicación social de cada OPLE, la cual debe reportar semanalmente a la Secretaría Ejecutiva la identificación de encuestas publicadas (originales y reproducciones) sobre **preferencias electorales de elecciones locales** (cada OPLE monitoreará lo que corresponda a su entidad).

#### Entidades Federativas con procesos electorales 2016





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 se describen a continuación, **a modo de ejemplo**, con la finalidad de que cada OPLE pueda retomar lo que le resulte útil o conveniente para realizar su monitoreo:

## 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 publicada 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 por lineamientos deben publicar.
- Se realizan cortes semanales para reportar a la Secretaría Ejecutiva.

## La base de datos

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, en términos de los dispuesto en el Lineamiento 3 del INE/CG220/2014. La base de datos tiene opciones de respuestas abiertas o predeterminadas, según sea el caso, y se compone de tres apartados:

- ✓ **Información general**
- ✓ **Responsabilidad**
- ✓ **Marco metodológico**
- ✓ **Resultados**

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

### Información general

- FOLIO.
- 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 completo 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

### 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.

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	

### Marco metodológico

- TIPO DE PUBLICACIÓN. *Opciones predeterminadas:*
  - **Encuesta original:** para efectos de este monitoreo, será considerada 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. En este caso no es necesario llenar los rubros “Medio del cual se reproduce” y “Fecha del original.
  - **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.

Lo anterior, no tendrá vigencia cuando se cuenten con elementos que permitan considerar a una publicación, aunque de manera indiciaria, como una publicación original, evitando posibles fraudes a la ley. En este sentido, la autoridad analizará caso por caso para determinar si se trata de un ejercicio periodístico, o bien, se trata de publicaciones cuya finalidad es difundir los resultados de encuestas sobre preferencias electorales.

- 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.
- LEYENDA DE VALIDEZ ESTADÍSTICA. *Opciones predeterminadas*: Sí o No. Todas las encuestas y sondeos deben publicar clara y visiblemente que dichos estudios de opinión sólo tienen validez para expresar las preferencias electorales o la tendencia de votación en un tiempo y lugar determinado (Lineamiento 3, b, Acuerdo INE/CG220/2014).
- FRASEO. Se refiere a la transcripción exacta de la pregunta realizada en la encuesta para la obtención de las respuestas de los entrevistados.
- LA NO RESPUESTA. Porcentaje que se refiere a las personas que están indecisas, los que responden “no sé” y los que manifiestan que no piensan contestar con relación a preguntas sobre preferencias del voto.
- TASA DE RECHAZO. En este rubro se diferencian tres *opciones predeterminadas* en donde hay que capturar el número o porcentaje que corresponde a cada cual:
  - Negativa a contestar
  - Abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas
  - Número de contactos no exitosos sobre el total de intentos
- 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.
- FECHA DE LEVANTAMIENTO. Periodo o día en que se realizó 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.

### 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	Al

## 4.- VERIFICACIÓN

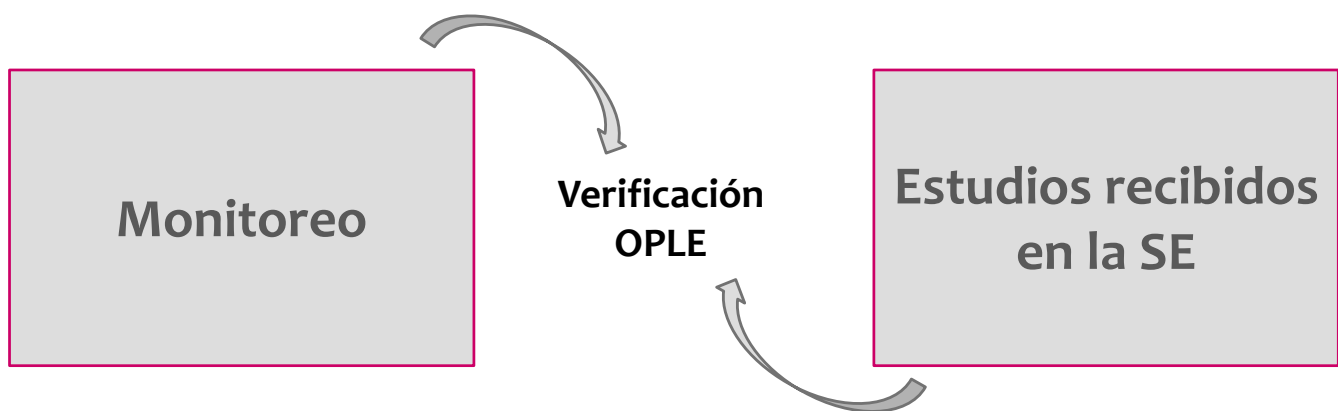
La actividad central de la regulación de encuestas electorales consiste en verificar el cumplimiento de los lineamientos y criterios científicos por parte de quienes publican, solicitan u ordenan la publicación de encuestas electorales. Estas obligaciones se resumen en dos principales acciones: por un lado, entregar a la Secretaría Ejecutiva del INE o del OPLE 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 cuenten con los elementos señalados en los criterios generales de carácter científico y el Lineamiento 1 del Acuerdo INE/CG220/2014.

Las dos principales obligaciones mencionadas son el eje de la verificación que consiste, a su vez, de dos actividades centrales que se explican a continuación:

### Verificación de la entrega del estudio (L1, a, INE/CG220/2014)

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 en el Acuerdo INE/CG220/2014. Esta entrega debe hacerse a la Secretaría Ejecutiva del OPLE, dentro de los 5 días naturales siguientes a la publicación. De este modo, la autoridad electoral recibe estudios según vayan siendo publicados, a lo largo de todo el proceso electoral.

El monitoreo de publicaciones impresas es el insumo que permite verificar si se entregaron a la autoridad los estudios que respaldan las encuestas sobre preferencias electorales que fueron publicadas. Es decir, la Secretaría Ejecutiva verifica que haya recibido los estudios de todas las encuestas que el monitoreo identificó en un periodo determinado de tiempo y de manera original.



### Requerimientos e incumplimiento

En los casos en que mediante el monitoreo se identifica una encuesta original publicada en cualquier medio impreso de la cual la Secretaría Ejecutiva no cuenta con el estudio que respalda el cumplimiento de los criterios

científicos establecidos por la autoridad, y siempre que haya culminado el plazo de 5 días naturales para su entrega, **el INE ha establecido la práctica de formular hasta dos requerimientos a quien publicó la encuesta, para solicitar la entrega del estudio correspondiente.**

Si ante los requerimientos, la persona física o moral responsable de la publicación o realización de la encuesta **no** entrega a la autoridad el estudio que le obliga la normatividad en la materia, se llevan a cabo las siguientes acciones:


- ✓ **Se da vista a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral** para iniciar el procedimiento ordinario sancionador correspondiente, en términos de lo establecido en el artículo 447, a) y e) de la LGIPE.
- ✓ **Se hace del conocimiento del CG**, mediante los informes que le presenta la Secretaría Ejecutiva mensualmente, en términos del Lineamiento 14 del Acuerdo INE/CG220/2014, en los que debe incluirse un apartado específico con el listado de quienes, habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre asuntos electorales o consulta popular, no hubieren entregado el estudio a la autoridad.
- ✓ **Se publica en la página de internet del INE**, en apartado especial bajo el título “Encuestas publicadas que no entregaron estudio científico”.

## 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, la Secretaría Ejecutiva u órgano homólogo del OPLE debe proceder a revisarlos y verificar que contengan todos los elementos que obliga la normatividad y que se describen a continuación:

Criterio	Definición	Ejemplo
<b>Objetivo(s)</b>	Es el fin(es) que persigue el levantamiento de estudio.	*Medir las preferencias rumbo a la elección presidencial México 2012.
<b>Diseño Muestral</b>	<b>a.-Definición de la población objetivo:</b> 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 lector
	<b>b.-Procedimiento de selección de unidades:</b> Corresponde a un proceso <b>sistemático o aleatorio</b> del tamaño de la sección.	*Sistemático o aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño
	<b>c.-Procedimiento de estimación:</b> Es la forma o método que permite dar un valor aproximado de un parámetro de un 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.

Criterio	Definición	Ejemplo
	<b>d.-Tamaño y forma de obtención de la muestra:</b> 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.
	<b>e.-Calidad de la estimación (confianza y error máximo en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias):</b> Es el porcentaje de error del diseño de la muestra.	*Estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el $\pm 3.1\%$ .
	<b>f.-Frecuencia y tratamiento de la no respuesta:</b> 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.	*No respuesta 10%; indecisos 4%; no sé 5%; no piensa votar 1%
	<b>g.-Tasa de rechazo general a la entrevista:</b> Es el porcentaje que representa la negativa a contestar, el abandono y número de contactos no exitosos	*54.2% (incluye a viviendas desocupadas, de uso temporal, en construcción, etc.): no contestó 20%; abandonó entrevista 10%; contactos no exitosos 24.2%
<b>Método de recolección</b>	<b>Método y fecha de recolección de la información:</b> 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
<b>Cuestionario</b>	<b>Cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada (fraseo):</b> 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 Diputado Federal, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?
<b>Estimadores e intervalos de confianza</b>	<b>Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza:</b> se refiere a la probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza. Puede ser representado principalmente por: frecuencias (absolutas, simples, ponderadas) y estimadores (ponderados, absolutos, simples)	*Los resultados que se presentan son frecuencias ponderadas.
<b>Software para procesamiento</b>	<b>Denominación del software utilizado para el procesamiento de los datos:</b> 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.
<b>Base de datos</b>	<b>Base de datos:</b> 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.	No aplica
<b>Resultados</b>	<b>Principales resultados:</b> son los principales resultados del levantamiento. (Representados en % de preferencia por partido político, candidato, 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%
<b>Autoría y Financiamiento</b>	a.-Persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta	* Grupo Televisa
	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.	*Grupo televisa
	d.-Medio de publicación de la encuesta	*Noticiero nocturno de Joaquín López Dóriga, Noticieros Televisa

Criterio	Definición	Ejemplo
	<b>b.-Logotipo:</b> Es el distintivo gráfico de identificación de la persona física o moral responsable de la encuesta.	
	<b>c.-Persona física o moral:</b> la razón social o nombre de la persona física o moral responsable de la encuesta.	Consulta Mitofsky S.A. de C.V.
	<b>d.-Nombre del Representante:</b> (nombre del director de la empresa o representante legal)	Roy Campos
	<b>e.-Datos:</b> (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
<b>Recursos aplicados</b>	<b>Recursos económicos/financieros aplicados:</b> 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 caso que sea la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, ésta deberá presentar un informe del costo del estudio realizado.	El total de recursos aplicados para la realización de la encuesta fue: \$52,200. Remitió factura.
<b>Antecedentes Profesional y/o Académico</b>	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. Incluyendo la documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional del director de la organización.	*Acta constitutiva de la asociación *Título(s), grado, certificado, etc. Que pruebe formación académica *Currículum

Para la adecuada revisión de los contenidos de los estudios, y para que éstos puedan ser reportados al máximo órgano de dirección del OPLE correspondiente, se recomienda elaborar una base de datos o tabla de cumplimiento, en donde se pueda identificar si lo entregado contiene todos los elementos que obliga la normatividad.

## 5.-PUBLICACIÓN

El principio central de 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 Acuerdo INE/CG220/2014, los OPLE deben publicar los informes que presentan de manera mensual a sus respectivos Consejos Generales. Asimismo, y como lo dispone el artículo 213, numeral 4 de la LGIPE, deben también publicar sobre las encuestas electorales la siguiente información:

- ✓ La metodología
- ✓ Los costos

- ✓ **Los responsables de su realización y publicación**
- ✓ **Los resultados**

Toda la información que debe ser publicada se obtiene de los estudios de quienes publican, solicitan u ordenan la publicación de encuestas, y que deben entregar a la Secretaría Ejecutiva del OPLE correspondiente.

Como buena práctica de transparencia, y para fortalecer el contexto de exigencia, se recomienda que además de los informes que se presenten al Consejo General, se publiquen los estudios que recibe la Secretaría Ejecutiva, de manera íntegra, protegiendo en su caso, los datos personales de acuerdo a la legislación vigente. Asimismo, se recomienda la publicación de los resultados del monitoreo de encuestas publicadas en medios impresos que realiza el área de comunicación social del OPLE, 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.

Para lo anterior, será indispensable que los OPLE habiliten en sus páginas de internet institucionales una sección especialmente dedica a las encuestas electorales, que se encuentre visible y sea de fácil acceso. En este *micrositio*, 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 OPLE, resulte de interés para la sociedad.

## 6.-REPORTE

En materia de reportes sobre el cumplimiento al Acuerdo INE/CG220/2014, los OPLE tienen la obligación de presentar lo siguiente:

- ✓ **Informes mensuales al CG**
- ✓ **Reportes al INE con: informes y estudios**

### **Informes mensuales al CG del OPLE (L1 y 14 del INE/CG220/2014)**

La Secretaría Ejecutiva de cada Organismo Público Local presentará de manera mensual, preferentemente en sesión ordinaria, a su Consejo General u órgano de dirección superior, un informe que dé cuenta del cumplimiento del Acuerdo INE/CG220/2014. Estos informes mensuales deberán contener la siguiente información:

**I. 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, sus candidatos y candidatos independientes.

**II. Para cada encuesta o estudio, se informará sobre los siguientes rubros:**

- a) Quién patrocinó, solicitó, ordenó y pagó la encuesta o estudio
- b) Quién realizó la encuesta o estudio
- c) Quién publicó la encuesta o estudio
- d) El medio de publicación
- e) Si se trató de una encuesta original o de la reproducción de una encuesta original publicada con anterioridad en otro(s) medio(s)



- f) Indicación del cumplimiento o no de los criterios emitidos por el Instituto Nacional Electoral
- g) Características generales de la encuesta
- h) Los principales resultados
- i) 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.

### **III. El listado de quienes, habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre asuntos electorales o consulta popular, no hubieran entregado el estudio.**

Una vez que la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral o del área homóloga del Organismo Público Local correspondiente presente los informes a los que se refiere el lineamiento anterior, se deberán realizar las gestiones necesarias para **publicar dichos informes en la página de internet institucional**, así como las ligas a las páginas de internet de las empresas encuestadoras sobre las que se reporta.

## **Reportes al INE de informes y estudios (L16 del INE/CG220/2014)**

La única disposición que refiere a la relación que se establecerá entre el INE y los OPLE en materia de regulación de encuestas está plasmada en el Lineamiento 16 del Acuerdo INE/CG220/2014, en donde se establece que los **“Organismos Públicos Locales deberán entregar Instituto Nacional Electoral, a través de las Juntas Ejecutivas Locales y la Secretaría Ejecutiva, los informes presentados a sus respectivos órganos de dirección superior, así como las ligas para acceder a los estudios que reportan dichos informes**. Asimismo, deberán publicarlos en su página de internet en términos de los presentes lineamientos, para que la autoridad electoral nacional también los difunda a través de su portal institucional”.

En este sentido, se ha considerado incluir en los Convenios de colaboración INE-OPLE, los siguientes párrafos, con el fin de dotar de mayor certeza la obligación de los OPLE de reportar al INE:

- Los Organismos Públicos Locales deberán entregar al Instituto Nacional Electoral, a través de las Juntas Locales y la Secretaría Ejecutiva, los informes que deben de presentar a sus respectivos órganos de dirección superior, con el objeto de dar cuenta del cumplimiento del 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 preferencias electorales, así como preferencias sobre consultas populares, durante los procesos electorales federales y locales.”*
- Estos informes se entregarán al Instituto Nacional Electoral, de manera mensual, una vez que hayan sido presentados en cada Consejo General de los OPLE. **Los informes, que deberán ajustarse a lo dispuesto en el Lineamiento 14 del Acuerdo INE/CG220/2014, se entregarán en formato impreso y electrónico.** Adicionalmente, los OPLE deberán entregar **los estudios** sobre los cuales reportan los informes (es decir, los que envían quienes realizan y publican encuestas a la autoridad electoral) **en formato electrónico, o en su caso, si dichos informes se encuentran publicados en la página de internet del OPLE, se podrán entregar solamente las ligas para acceder a ellos**, siempre que éstas se encuentren correctamente habilitadas.

## 7.-EJEMPLOS DE PUBLICACIONES

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

**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 OPLE deberá analizar cada caso concreto para determinar si se trata de una encuesta original, de una reproducción o de una cita.

### 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 las mismas.

**EL FINANCIERO**  
 AÑO XXXIV N° 9258 · MÉXICO 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**

<b>IPC</b>	cierra 41,285.59 variación % 0.28
<b>DJ</b>	cierra 17,511.57 variación % s/c
<b>S&amp;P 500</b>	cierra 2,018.42 variación % s/c
<b>NASDAQ</b>	cierra 4,634.38 variación % s/c
<b>DÓLAR (SPOT)</b>	cierra \$14.6390 variación \$0.0590
<b>WTI</b>	cierra \$48.69 variación s/c

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

**Chuyffet endosa a la Segob el tema CNTE**  
 "Históricamente" ha atendido a la disidencia, asegura

El secretario de Educación Pública, Emilio Chuayffet, le endosó los problemas que hay con la CNTE a la Secretaría de Gobernación: "históricamente" le corresponde a esa dependencia "atender" a la disidencia, dijo. Chuayffet admitió que hay 16 mil plazas de personal docente que no están regularizadas, razón por la cual no les han enviado sus cheques de pago.  
 —Raúl Montes— PÁG. 49

**Preferencia efectiva\***  
 \*La preferencia efectiva es contabilizar el "ninguno", "no sabe" y "no contesta"

Partido	Preferencia efectiva
PAN	27
PRI	31
PRD	12
PT	2
PYEM	10
Movimiento Ciudadano	3
Paiz	3
Morena	10
Partido Humanista	1
Encuentro Social	1

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

Reproducción

Aquellas encuestas publicadas con posterioridad a una publicación original.

Fecha de publicación: 20/01/2015



Fecha de publicación: 21/01/2015

**EL FINANCIERO**  
 400 AV. INSURGENTES SUR, MÉXICO, D.F. TELÉFONO: 55 23 24 25 WWW.ELFINANCIERO.COM.MX  
 con Bloomberg

# 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

**Preferencia efectiva**

Partido	Preferencia efectiva (%)
PAN	31
PRI	27
Morena	10
PRD	10
PSD	3
PT	3
PR	2
PRM	1
PRC	1

**15: México 21 de enero de 2015** **PuntoMedio** [www.puntomedio.com](http://www.puntomedio.com)

# EL PAÍS

## El PRI a la cabeza, según encuesta de Parametría

Obtendría una mayoría relativa con 31% de la preferencia electoral. Le seguiría el PAN con 27 puntos porcentuales

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

**60%** serían los niveles de participación ciudadana

**MÉXICO DF.** El PRI se acerca a la mayoría relativa en la elección federal que tendrán en junio el partido en el gobierno después de perder la mayoría en el Congreso. El PAN obtiene un nuevo apoyo con 27 puntos porcentuales de la preferencia electoral, le sigue el PRD, con el partido de oposición más representado con 10 puntos de preferencia. Luego están el PSB con 3 por ciento de las elecciones y el PRM con 3 por ciento de las elecciones y el PRD con 2 por ciento de las elecciones y el PRM con 1 por ciento de las elecciones y el PRD con 1 por ciento de las elecciones.

En esta encuesta se preguntó a los mexicanos si hoy fueran las elecciones para diputado federal, ¿por cuál partido votaría usted? Los resultados muestran que el PRI obtiene el 31 por ciento de las preferencias, el PAN el 27 por ciento, el PRD el 10 por ciento, el PSB el 3 por ciento, el PRM el 3 por ciento, el PT el 2 por ciento, el PR el 1 por ciento y el PRC el 1 por ciento.

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 OPLE deberá realizar el análisis respectivo para tomar los criterios que determinarán si una publicación es una encuesta original, una reproducción o una cita.

## Nos vemos el 7 de junio

Por **LUIS FELIPE BRAVO MENA**

**L**a ofensiva de reposicionamiento del grupo político que comanda la administración federal está en marcha. La severa crisis de gobernabilidad del borrascoso otoño de 2014 no derribó al gobierno, ni rodó ninguna cabeza del gabinete. Hizo añicos la credibilidad del Presidente y la confianza de los ciudadanos en las instituciones y la clase política, pero dejó intactos los mecanismos de control clientelar y de cooptación para permitirle al régimen lanzar una operación de reconstrucción de su legitimidad. El objetivo clave de esa estrategia son las elecciones del próximo 7 de junio.

El reto para el oficialismo es grande, pero cuenta con ventajas innegables que le permiten acariciar el sueño, para muchos impensable dados los pésimos resultados que hasta ahora han rendido, de alzarse victorioso en las urnas y así tomar impulso para continuar el proyecto transexenal que se cocinó en los cenáculos tricolores de Toluca y Pachuca hace varios años.

Los datos conocidos de la más reciente encuesta de GEA, levantada en la segunda quincena de enero, revelan que 62% de la población opina que estamos en una crítica situación económica y 66% identifica su origen en las malas decisiones del gobierno. Casi 7 de cada 10 (69%) consideran que la masacre de Iguala es reflejo de la inseguridad que impera en el país. Después de los escándalos de las mansiones de Las Lomas, Malinalco e Ixtapalan de la Sal y los conflictos de interés que se presumen en tales adquisiciones, 30% se siente directamente afectado por la corrupción. Consecuencia de lo anterior es que la mayoría (84%) desapruueba la gestión del presidente Peña Nieto y lo más grave es que su credibilidad está en niveles preocupantes: el 85%

le cree poco o nada al que en otros tiempos se solía llamar pomposamente jefe de las instituciones nacionales. De ahí que Lorenzo Servitje, líder moral del empresariado nacional, comentara recientemente que este era el peor momento del Presidente y convocó a evitar una desestabilización política que terminaría por aniquilar cualquier esperanza de recuperación económica.

**El déficit de confianza afecta en mayor grado a los partidos: 93% no les dispensa aprecio ninguno. La distribución bruta de intenciones de voto no anticipa la victoria para nadie: el PRI, 25.8; el PAN, 14.3; el PRD, 7.3; el resto de los partidos no llega al porcentaje que la ley exige para mantener el registro y 46% se muestra indefinido.**

Allí es donde entra la estrategia del grupo en el poder. En la cuestión de tratar de conseguir votos, a diferencia de lo que afirma la revista *The Economist*, esto es lo único que el PRI entiende que sí entiende. Por ello se apresuró a iniciar el año tapando los hoyos negros por donde se le pueden escurrir los sufragios. Primero: salir de la fosa de los estudiantes de Ayotzinapa con el decreto de la "verdad histórica" por parte de la FGR. Segundo: ante las inquietudes de los mercados por un manejo irresponsable de la economía, se ejecutó el recorte presupuestal, que por supuesto no afectará los programas recolectores de votos. Tercero: lavar la mancha de la percepción de ser un gobierno cleptócrata con el anuncio de un paquete de acciones ejecutivas a favor de la transparencia y la honestidad, realizar una investigación satisfacto-

**La ofensiva de reposicionamiento del grupo político que comanda la administración federal está en marcha**

## Contacto INE

Para cualquier duda sobre el contenido de la presente guía, el modelo de regulación de encuestas electorales, o sobre los términos y modalidad de entrega de la información que los OPLE deben reportar al INE, comunicarse con:

- **Mtra. Paula Ramírez Höhne, Coordinadora de Asesores del Secretario Ejecutivo**  
Correo: paula.ramirez@ine.mx  
Tel.: 56284200 Ext. 344237
- **Mtro. Gilberto Arellano Rodríguez, Asesor del Secretario Ejecutivo**  
Correo: gilberto.arellano@ine.mx  
Tel.: 56284200 Ext. 344410

## GLOSARIO

**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.

**Conteo Rápido:** Técnica estadística que se utiliza para estimar el resultado de una elección por medio de métodos de muestreo, que se realiza con base en los resultados registrados en la actas de cómputo oficiales de cada casilla seleccionada como parte de la muestra.

**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).

**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 original:** para efectos de este monitoreo, será considerada 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.

**Encuesta de salida:** Es una encuesta cara a cara con los votantes que salen de la casilla el día de la elección, con el objetivo de conocer de manera aproximada las tendencias electorales. Su diferencia con el conteo rápido es que las encuestas de salida se basan en las respuestas que se recaban de los ciudadanos que ya votaron (las cuales pueden o no ser verdad), mientras los conteos rápidos se realizan con base en la información asentada en las actas oficiales.

**LGIPE:** 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 LEGIPE, 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 de la Unión.

**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.

**Reproducción:** se entiende como reproducción cuando la encuesta es publicada con posterioridad a una publicación original. En este caso no es necesario llenar los rubros “Medio del cual se reproduce” y “Fecha del original.

**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.