

REPORTE
EJECUTIVO DE
RESULTADOS
FINALES



“REFORMA ELECTORAL”
Encuesta Nacional



Centro de Estudios
CESOP
Sociales y de Opinión Pública
Sociales y de Opinión Pública

Marzo 2009





CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	5
PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LA MUESTRA.....	37
CONCLUSIONES FINALES.....	39
METODOLOGÍA.....	41
ANEXO A. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR MUNICIPIO.....	42
ANEXO B. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL PARA EL DISTRITO FEDERAL.....	45





INTRODUCCIÓN

En la actualidad es muy importante el tema de la reforma electoral y más aún con los próximos procesos electorales para elegir diputados federales; dicho tema ha representado un reto muy importante para el IFE ya que ahora éste debe realizar una labor primordial con los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, lo cual va a impulsar el nuevo modelo de comunicación política electoral que se le dio al país a través del decreto que reformó artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como lo son el artículo 6, 41, 85, 99, 108, 116 y 122 ; adiciona el artículo 134 y deroga un párrafo al artículo 97.

Las reformas mencionadas en general hablan acerca de puntos muy importantes, entre los cuales la manifestación de las ideas no será objeto de inquisición judicial, salvo que esas ideas sean en contra a la moral, a los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público.

La renovación de los poderes legislativo y ejecutivo se realiza mediante elecciones libres, para esto los partidos políticos son quienes se encargarán de promover la participación del pueblo y así poder integrar la representación nacional.

Con relación al financiamiento que se les otorgará a los partidos políticos quedó establecido la forma de calcularse y como será distribuido a los mismos; de acuerdo al tipo de elecciones que se vayan a realizar durante cada año, a las actividades específicas que se realicen ya sea de educación, capacitación, investigación socioeconómica y política o bien para el sostenimiento de sus actividades ordinarias.

Todos los partidos nacionales tendrán derecho al uso permanente de los medios de comunicación social, para lo cual el IFE será la única autoridad que podrá administrar el tiempo destinado al ejercicio del derecho de los propios partidos, los cuales en ningún momento podrán contratar o adquirir por sí o por terceras personas tiempos para la promoción de sus campañas para las que han sido destinados 90 días para las elecciones de Presidente de la república, senadores y diputados federales, y en el año en el que sólo se elijan diputados federales, como lo es el caso del actual, será únicamente de 60 días.



En lo que se refiere al Tribunal Electoral le corresponderá realizar el cómputo final de las elecciones, además de resolver en forma definitiva e inatacable las impugnaciones que se presenten en las mismas ya sea del Presidente de los Estados Unidos mexicanos, diputados, senadores; entre otras actividades más.

A partir del mes de enero, los mexicanos vieron sorprendidos con la interrupción de un juego del Torneo Clausura y Súper Tazón, periodo durante el cual se llevó la trasmisión de propaganda política. Esta fue la manera en la que muchos ciudadanos apreciaron el cambio en la forma en la que se llevarán a cabo las campañas y difusión de los procesos electorales a raíz de la reforma electoral.

En este sentido es de interés conocer la opinión de los ciudadanos al respecto de la manera en que los partidos políticos difundirán sus mensajes hacia la ciudadanía.

Fuentes:

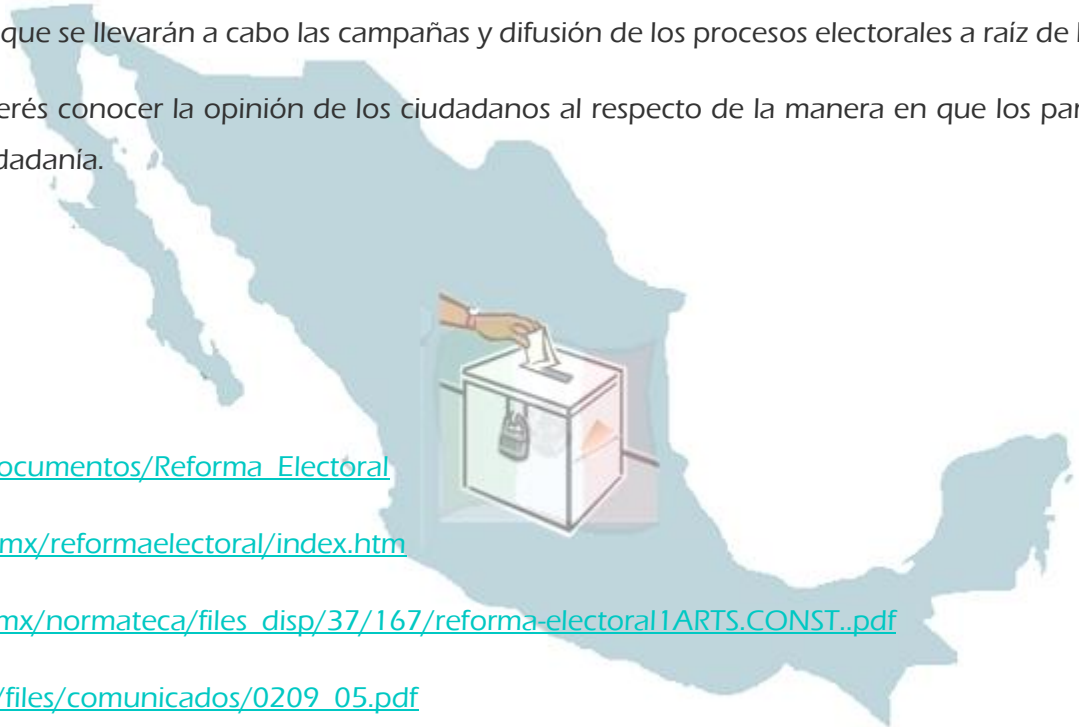
http://www.ife.org.mx/documentos/Reforma_Electoral

<http://www.senado.gob.mx/reformaelectoral/index.htm>

http://normateca.ife.org.mx/normateca/files_disp/37/167/reforma-electoral1ARTS.CONST..pdf

http://www.uia.mx/web/files/comunicados/0209_05.pdf

<http://www.iurismexico.com.mx/iurismex/home/1946-cumplen-concesionarios-y-permisionarios-de-radio-y-television-con-transmision-de-spots-electorales-.html>





RESULTADOS DE LA ENCUESTA

La muestra total obtenida para este ejercicio fue de 602 encuestados, los cuales se distribuyeron en los 31 estados y Distrito Federal de manera proporcional a la población en cada uno de ellos. Dentro de cada estado se eligió a los tres municipios de mayor población para la aplicación proporcional de encuestas.

El número de encuestas por estado es el siguiente:

Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
Aguascalientes	1,065,416	1.03%	6
Baja California	2,844,469	2.75%	17
Baja California Sur	512,170	0.50%	3
Campeche	754,730	0.73%	4
Chiapas	4,293,459	4.16%	25
Chihuahua	3,241,444	3.14%	19
Coahuila de Zaragoza	2,495,200	2.42%	14
Colima	567,996	0.55%	3
Distrito Federal	8,720,916	8.45%	52
Durango	1,509,117	1.46%	9
Guanajuato	4,893,812	4.74%	28
Guerrero	3,115,202	3.02%	18
Hidalgo	2,345,514	2.27%	14
Jalisco	6,752,113	6.54%	39
México	14,007,495	13.56%	83
Michoacán de Ocampo	3,966,073	3.84%	23
Morelos	1,612,899	1.56%	9
Nayarit	949,684	0.92%	6
Nuevo León	4,199,292	4.07%	24
Oaxaca	3,506,821	3.40%	20
Puebla	5,383,133	5.21%	31
Querétaro Arteaga	1,598,139	1.55%	9
Quintana Roo	1,135,309	1.10%	7



Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
San Luis Potosí	2,410,414	2.33%	14
Sinaloa	2,608,442	2.53%	15
Sonora	2,394,861	2.32%	14
Tabasco	1,989,969	1.93%	12
Tamaulipas	3,024,238	2.93%	18
Tlaxcala	1,068,207	1.03%	6
Veracruz de Ignacio de la Llave	7,110,214	6.89%	41
Yucatán	1,818,948	1.76%	11
Zacatecas	1,367,692	1.32%	8

La distribución de encuestas por municipio se muestra en el Anexo A.

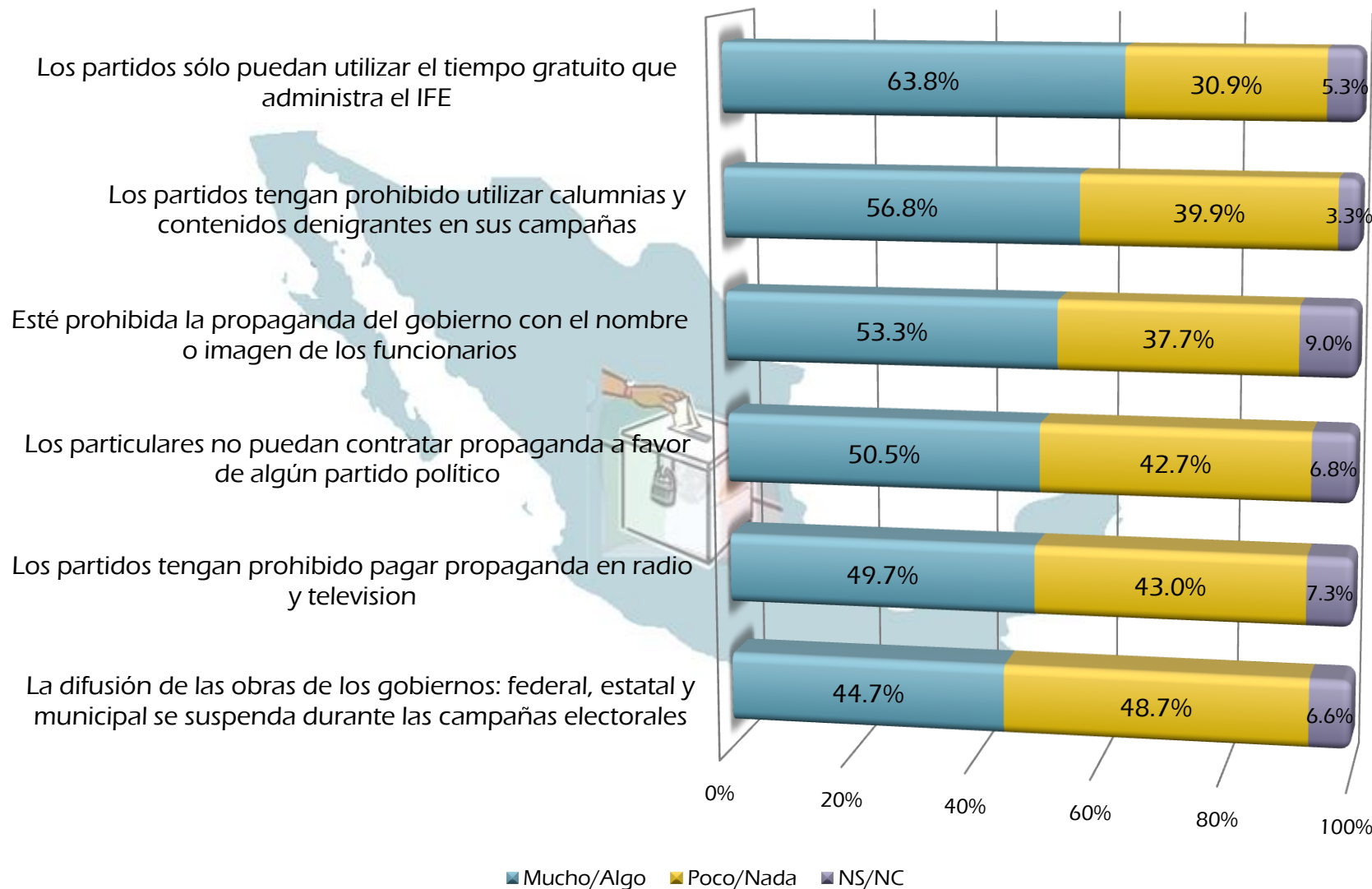
La distribución de encuestas para las delegaciones del Distrito Federal se encuentra en el Anexo B.

El levantamiento de la encuesta se realizó del 25 al 31 de marzo del 2009.

A continuación se presentan los resultados gráficos finales de cada una de las preguntas aplicadas en la encuesta.



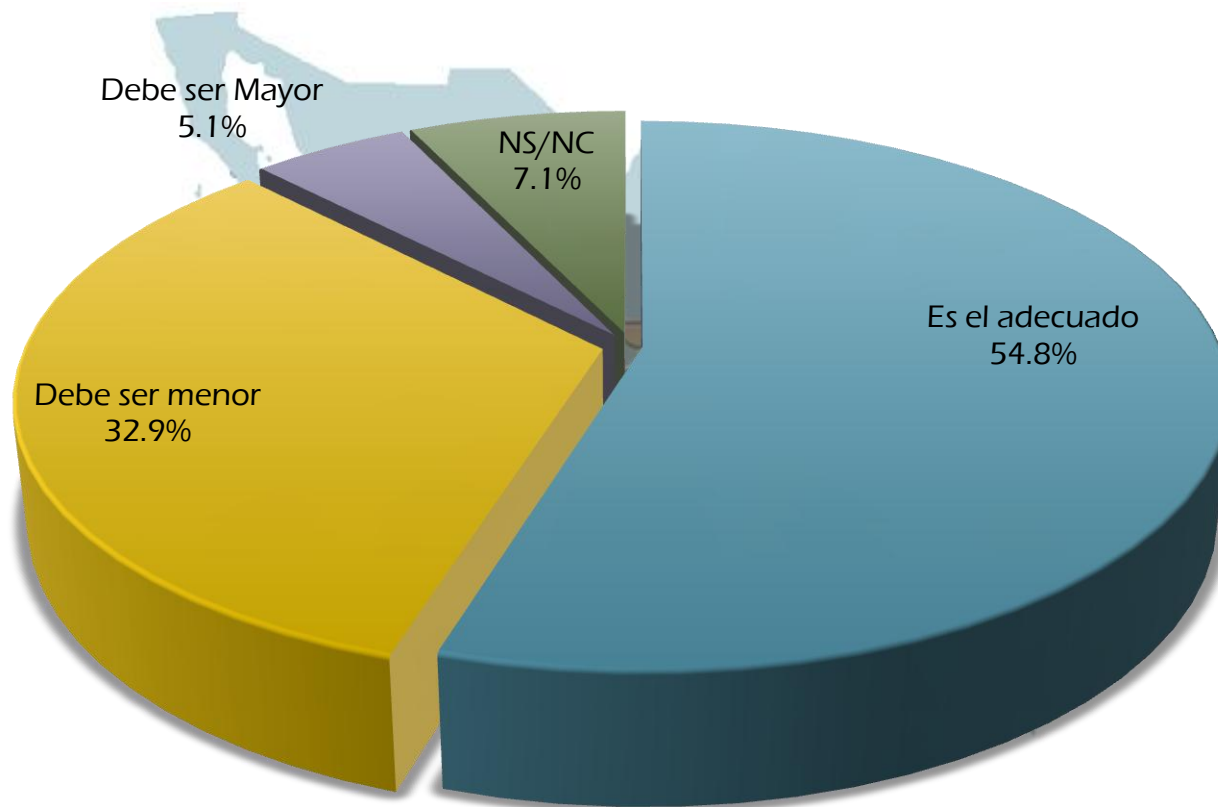
¿Qué tan de acuerdo está con que...?



NS/NC = No sabe ó No contestó



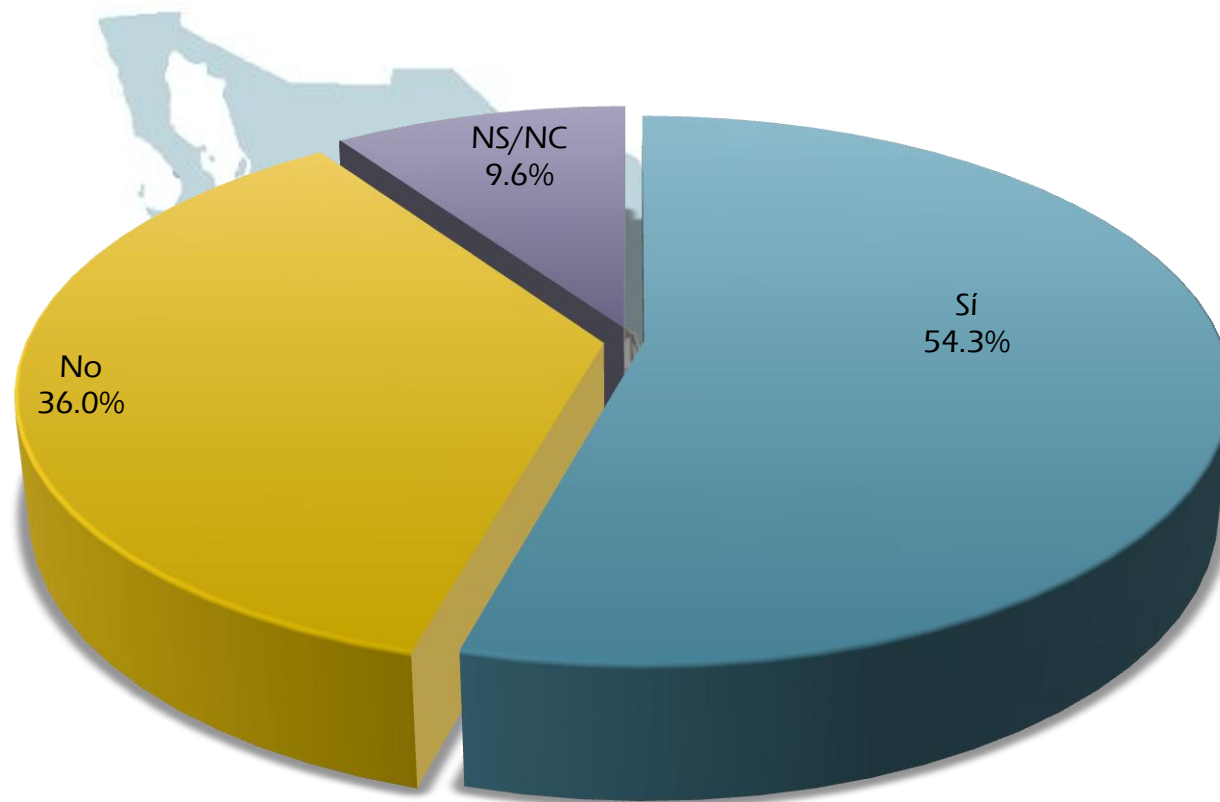
La constitución prevé una duración de 60 días para que los partidos difundan sus campañas a favor de sus candidatos, ¿usted cree que este periodo _____ ?



NS/NC = No sabe ó No contestó



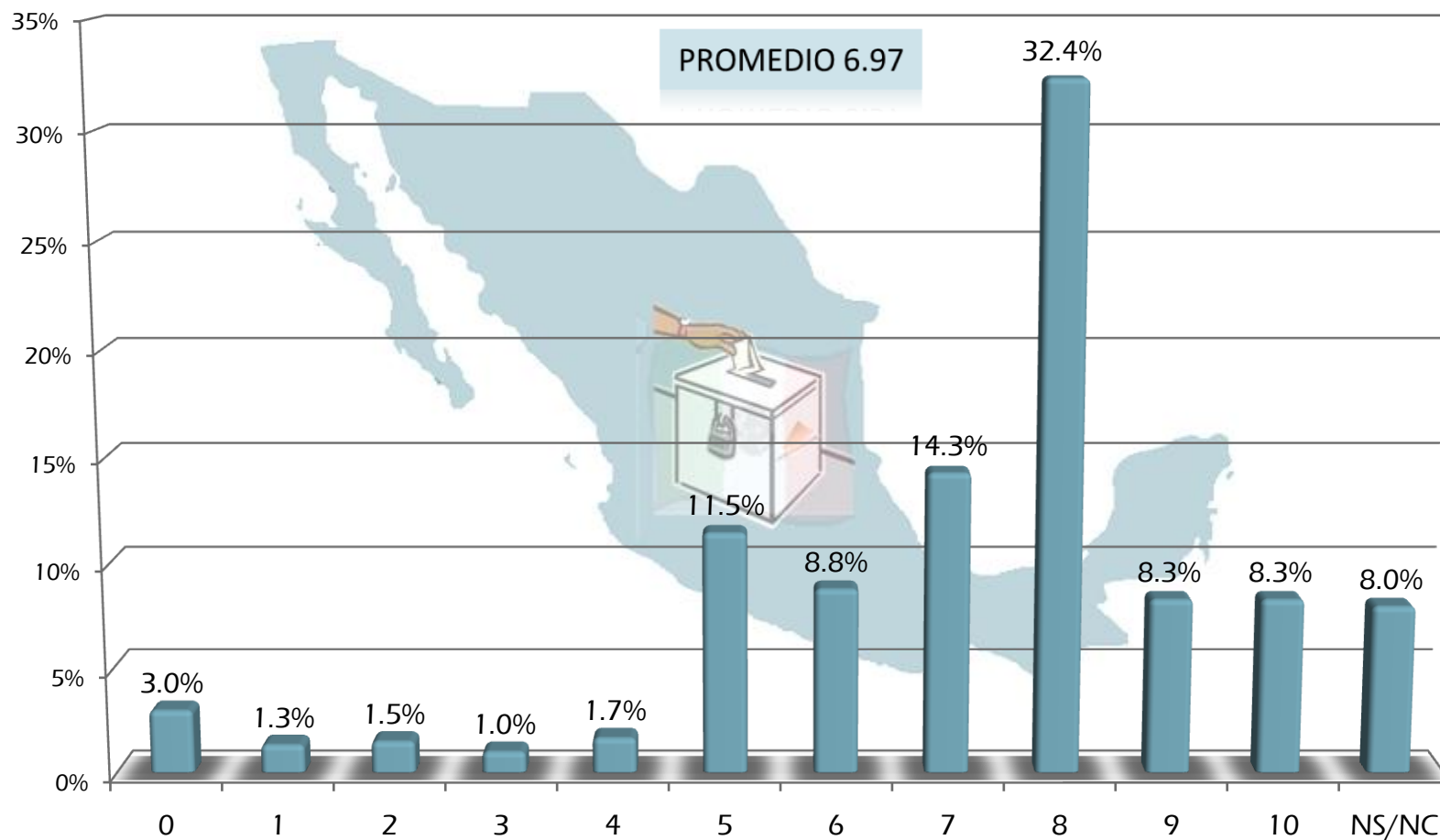
¿Esta a favor de que Televisa y TV Azteca sean multadas por haber alterado las reglas de transmisión ordenadas por el IFE?



NS/NC = No sabe ó No contestó



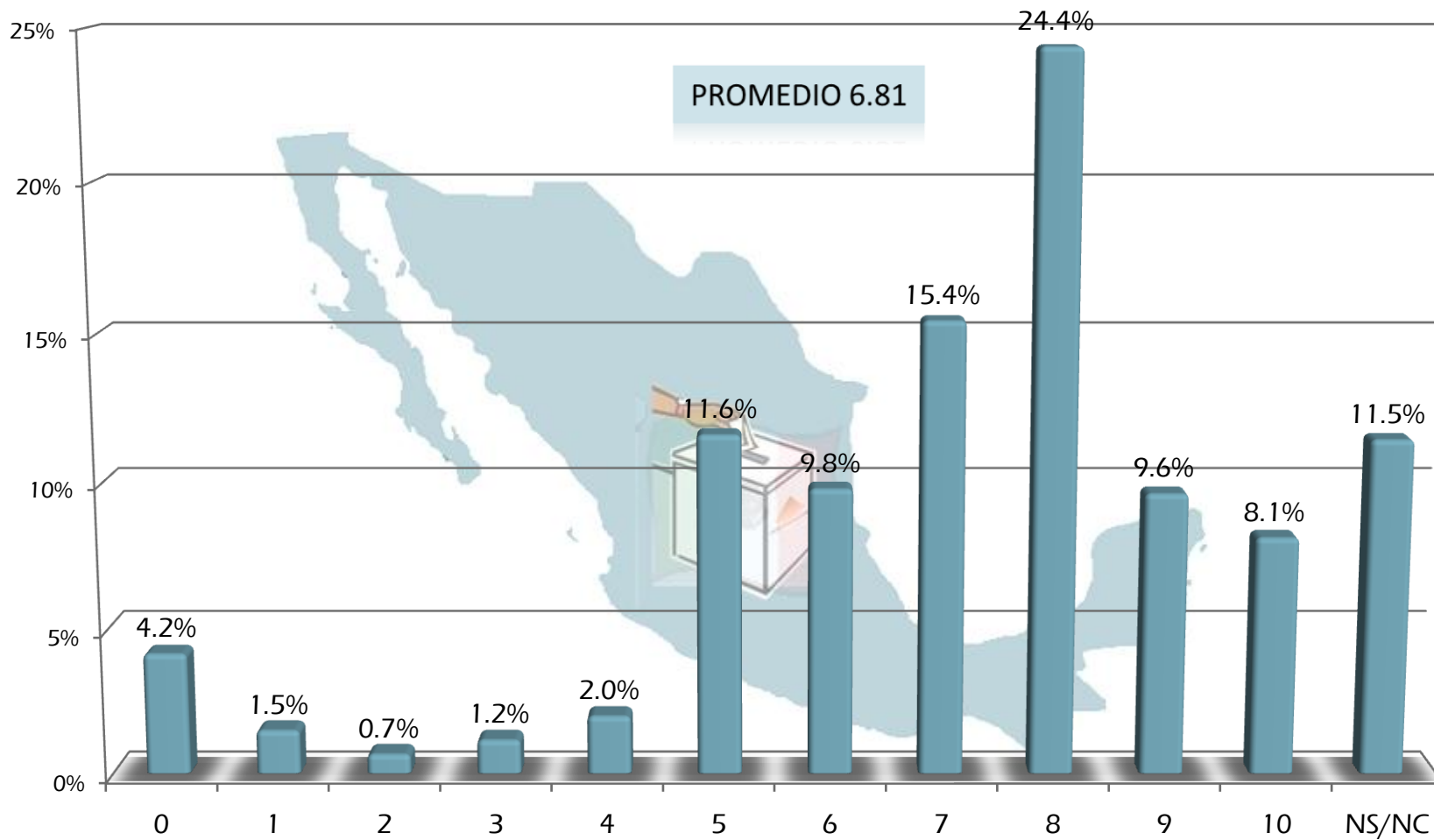
Tomando en cuenta la difusión de los próximos procesos electorales, ¿Cómo califica del 0 al 10, el desempeño del Instituto Federal Electoral?



NS/NC = No sabe ó No contestó



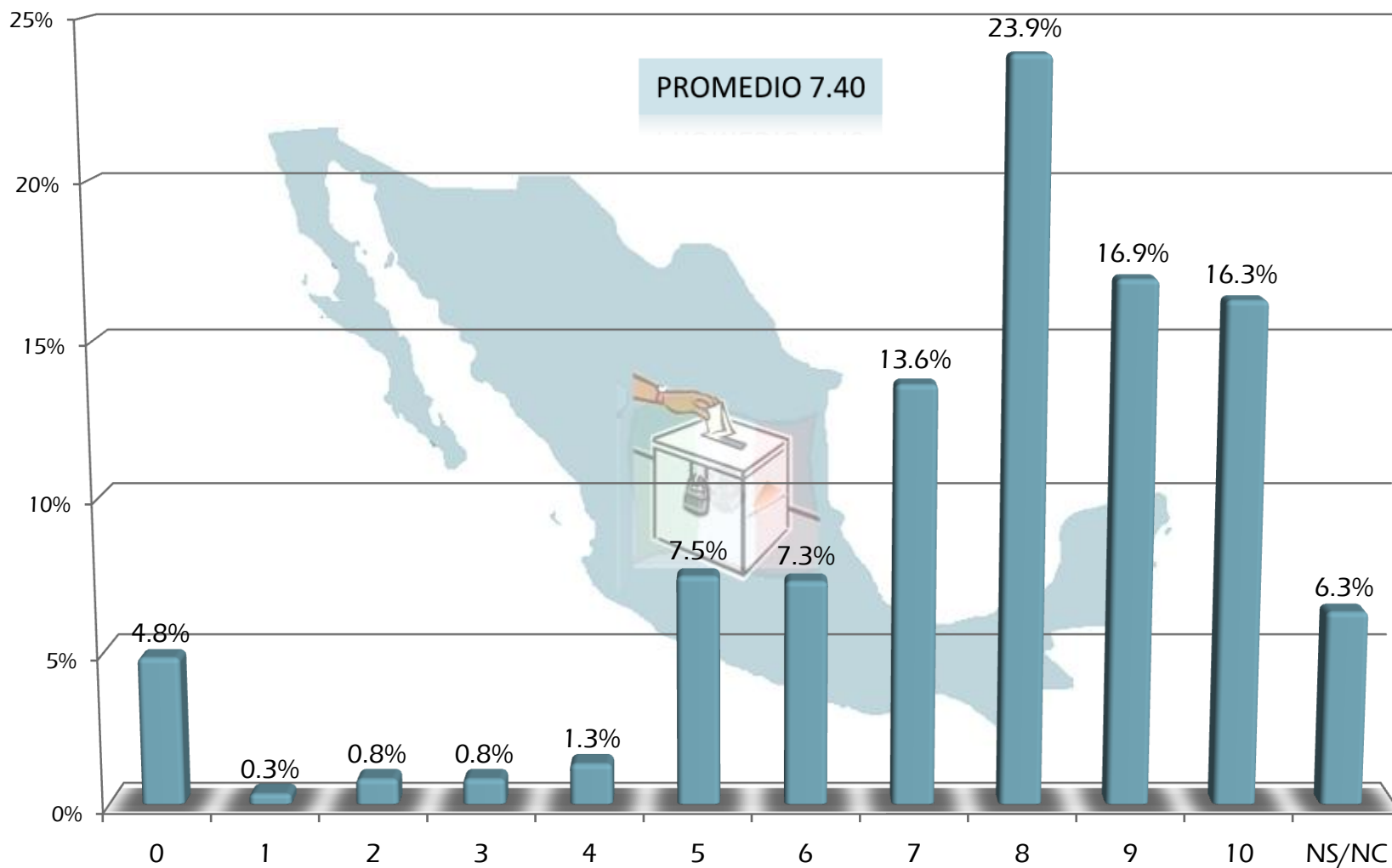
Del Tribunal Electoral



NS/NC = No sabe ó No contestó



Del presidente Felipe Calderón



NS/NC = No sabe ó No contestó



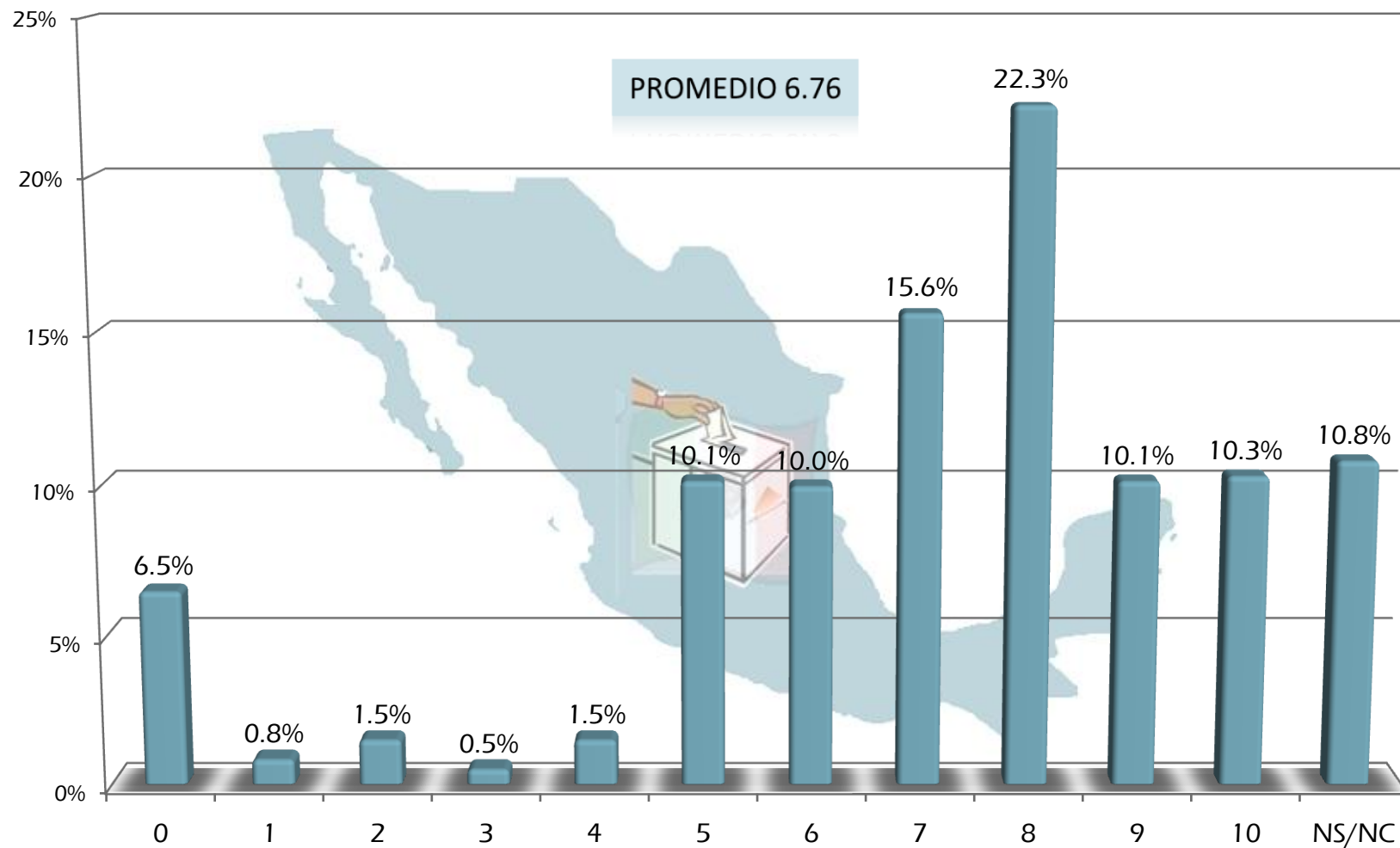
De Televisa



NS/NC = No sabe ó No contestó



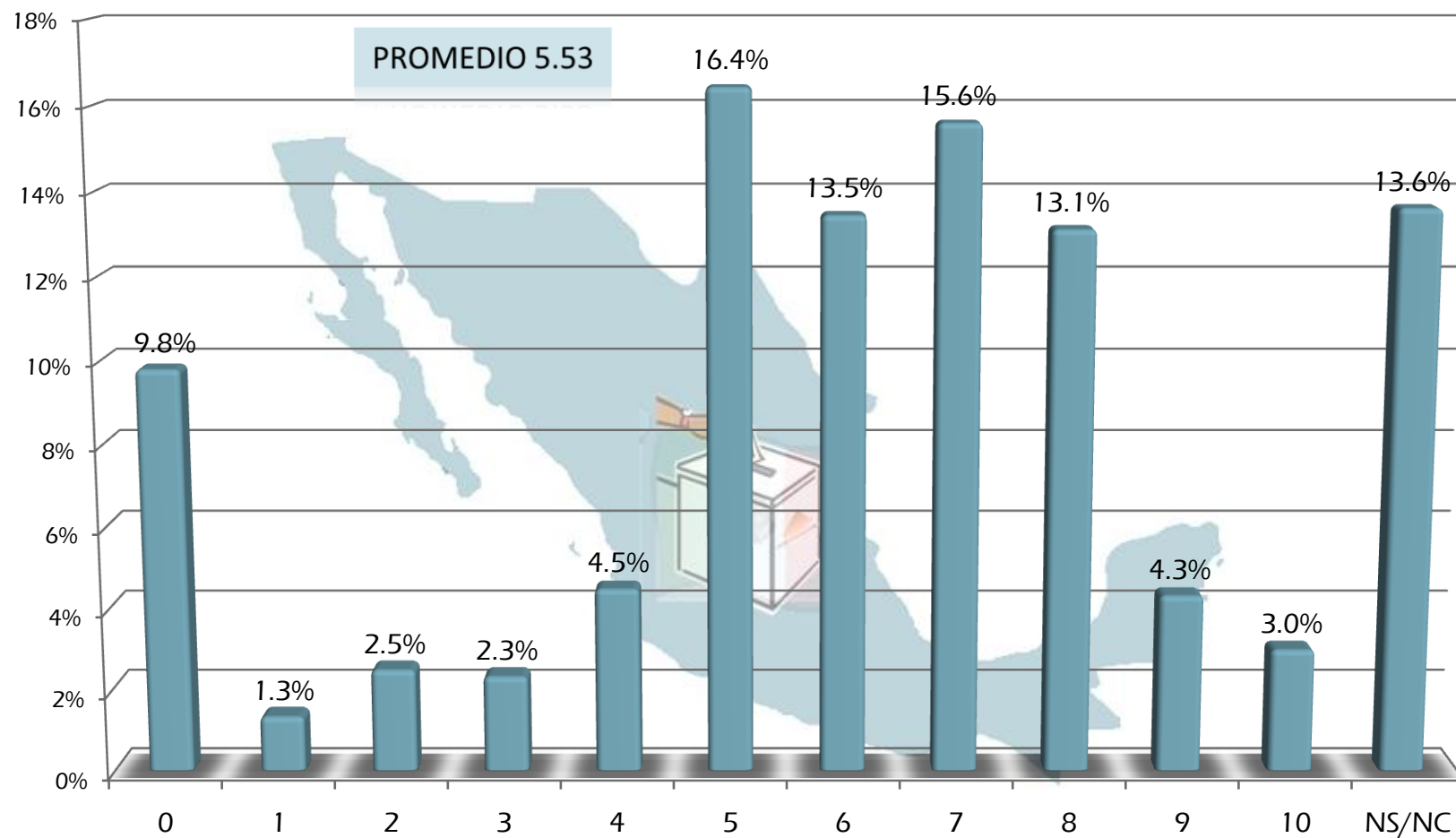
De TV Azteca



NS/NC = No sabe ó No contestó



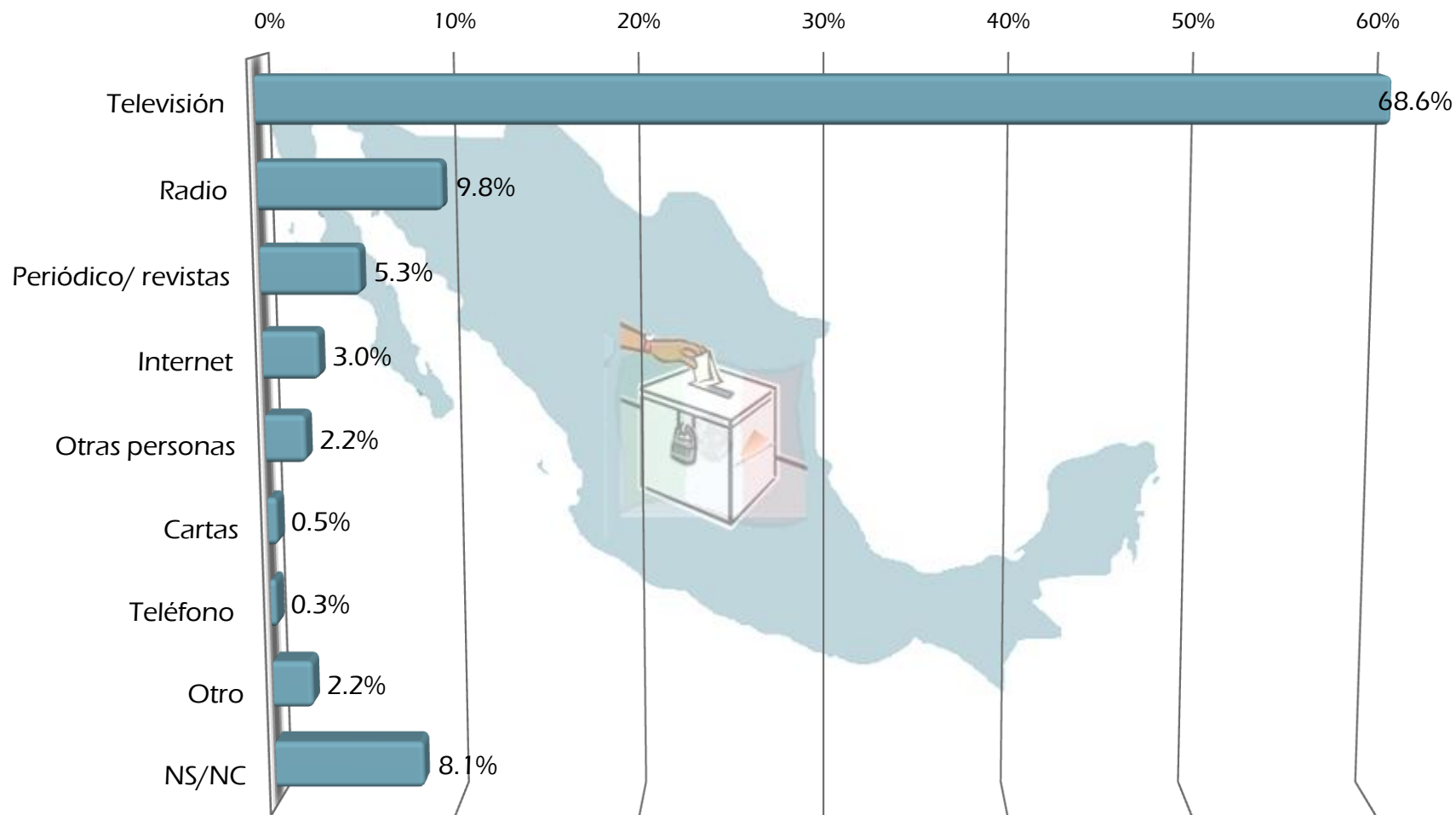
De los Partidos Políticos



NS/NC = No sabe ó No contestó



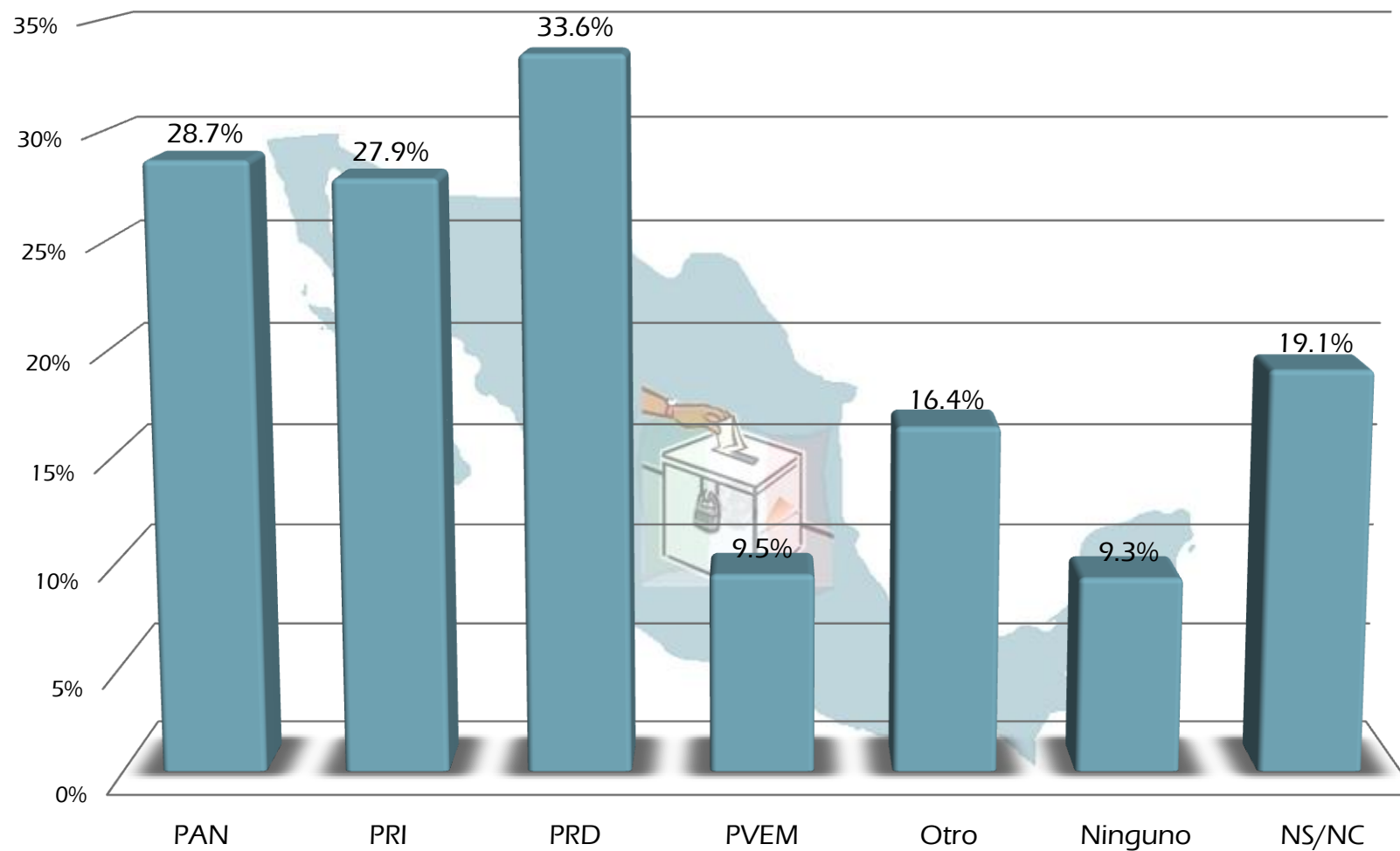
¿A través de qué medio ha obtenido mayor información sobre los próximos procesos electorales?



NS/NC = No sabe ó No contestó



¿De qué partidos ha escuchado más anuncios en radio?

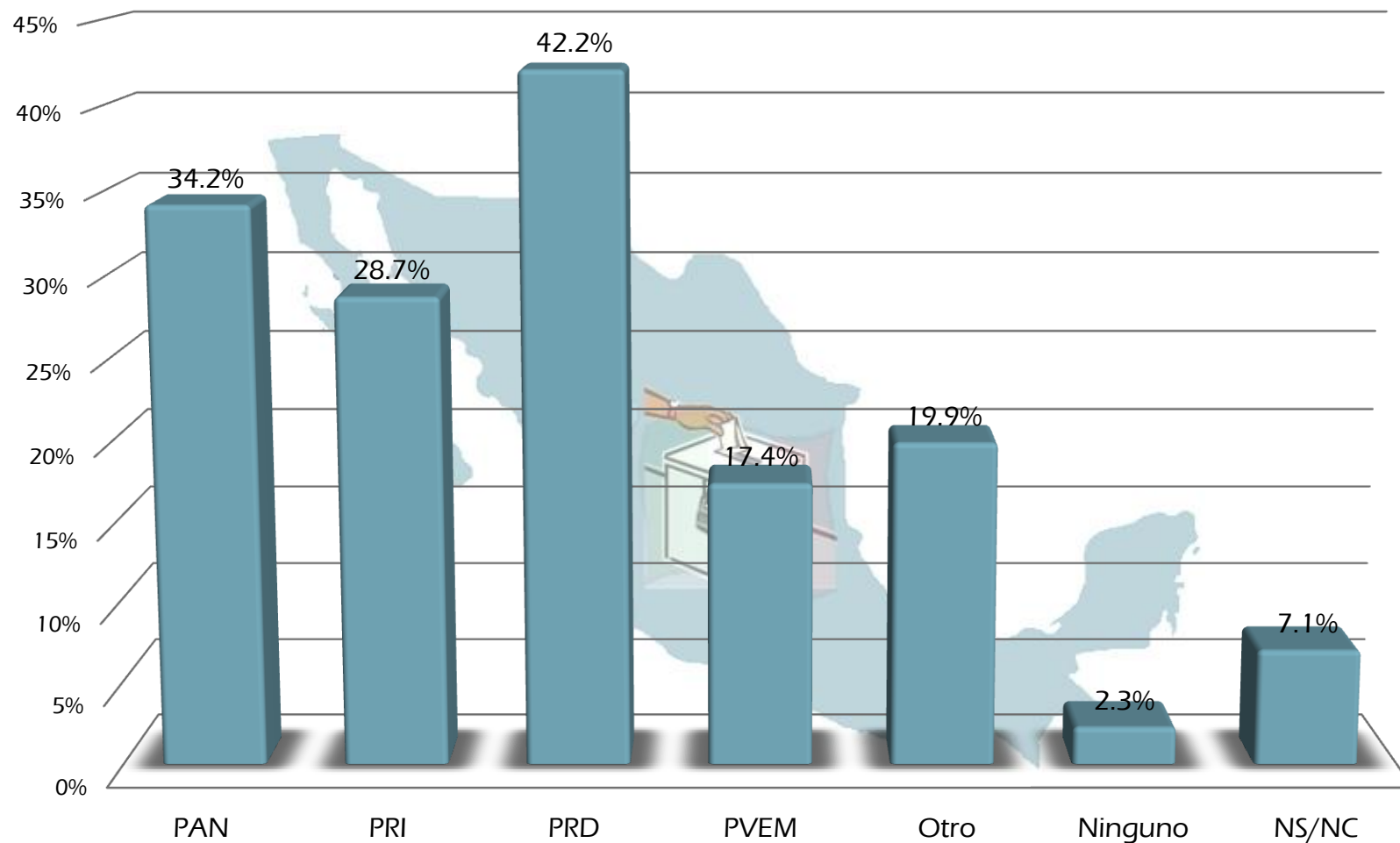


■ No suma 100% por ser respuesta múltiple

NS/NC = No sabe ó No contestó



¿De qué partidos ha visto más anuncios en televisión?

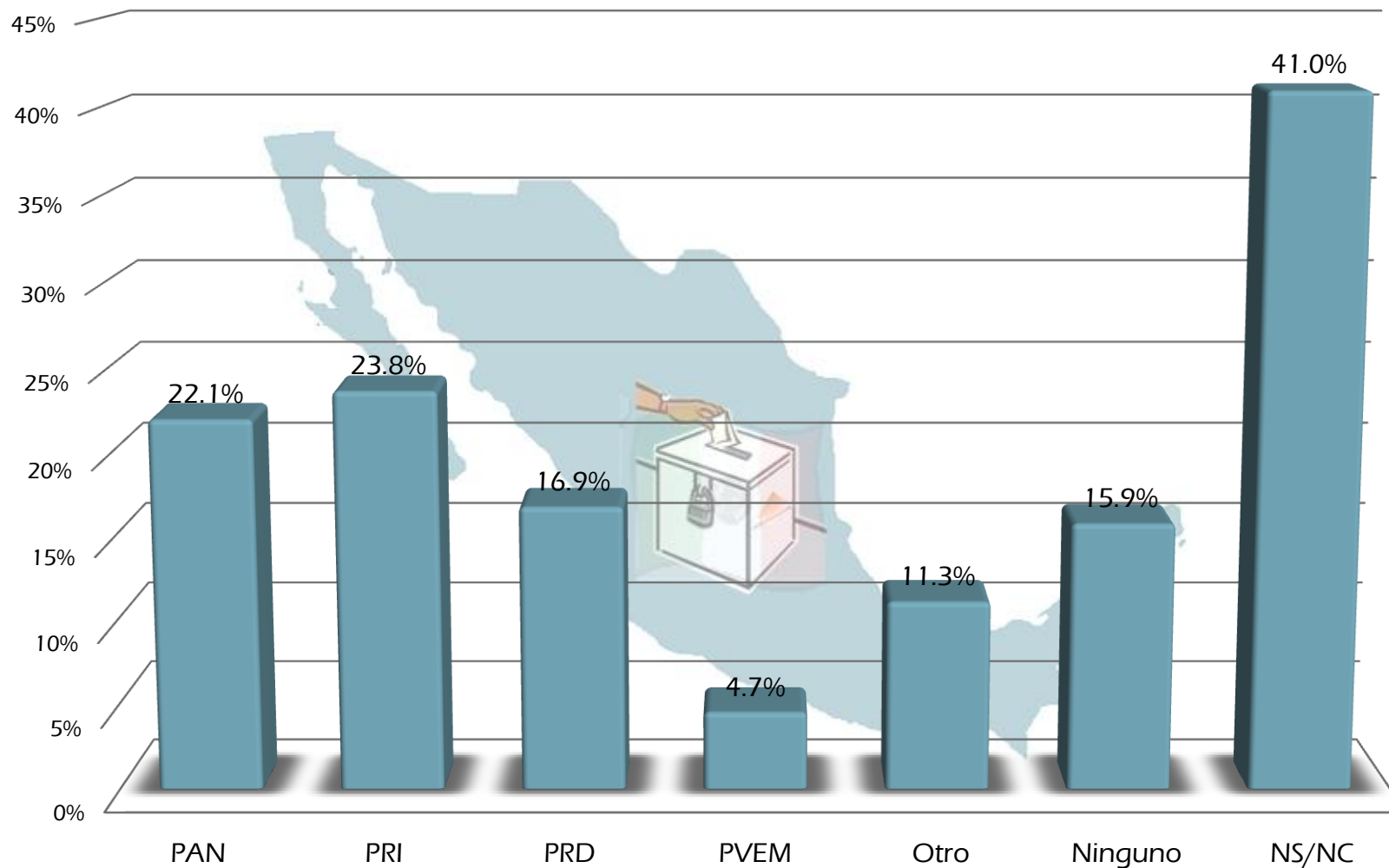


■ No suma 100% por ser respuesta múltiple

NS/NC = No sabe ó No contestó



¿De que partidos ha visto mas anuncios en los periódicos?

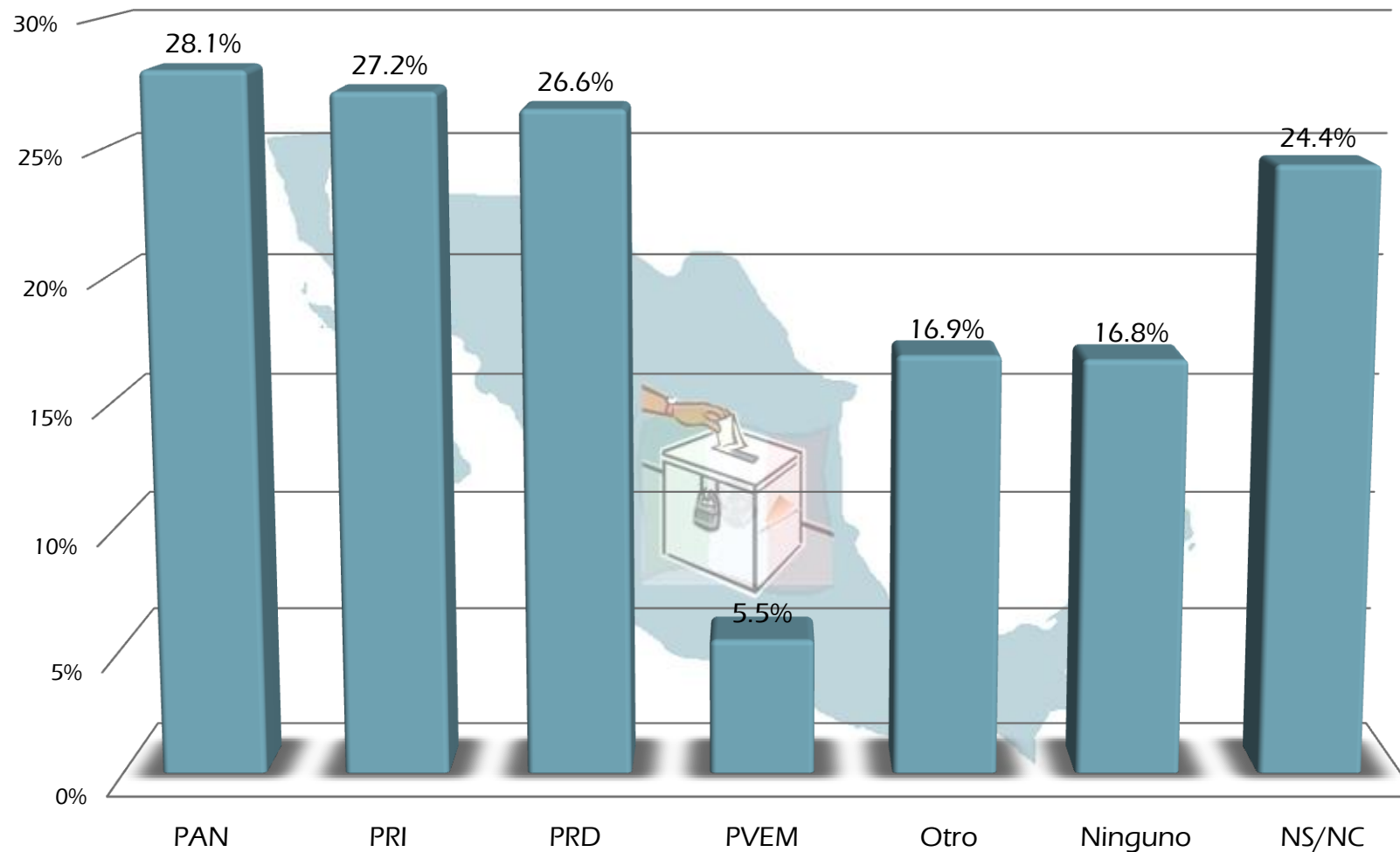


■ No suma 100% por ser respuesta múltiple

NS/NC = No sabe ó No contestó



¿De que partidos ha visto mas anuncios en las calles?

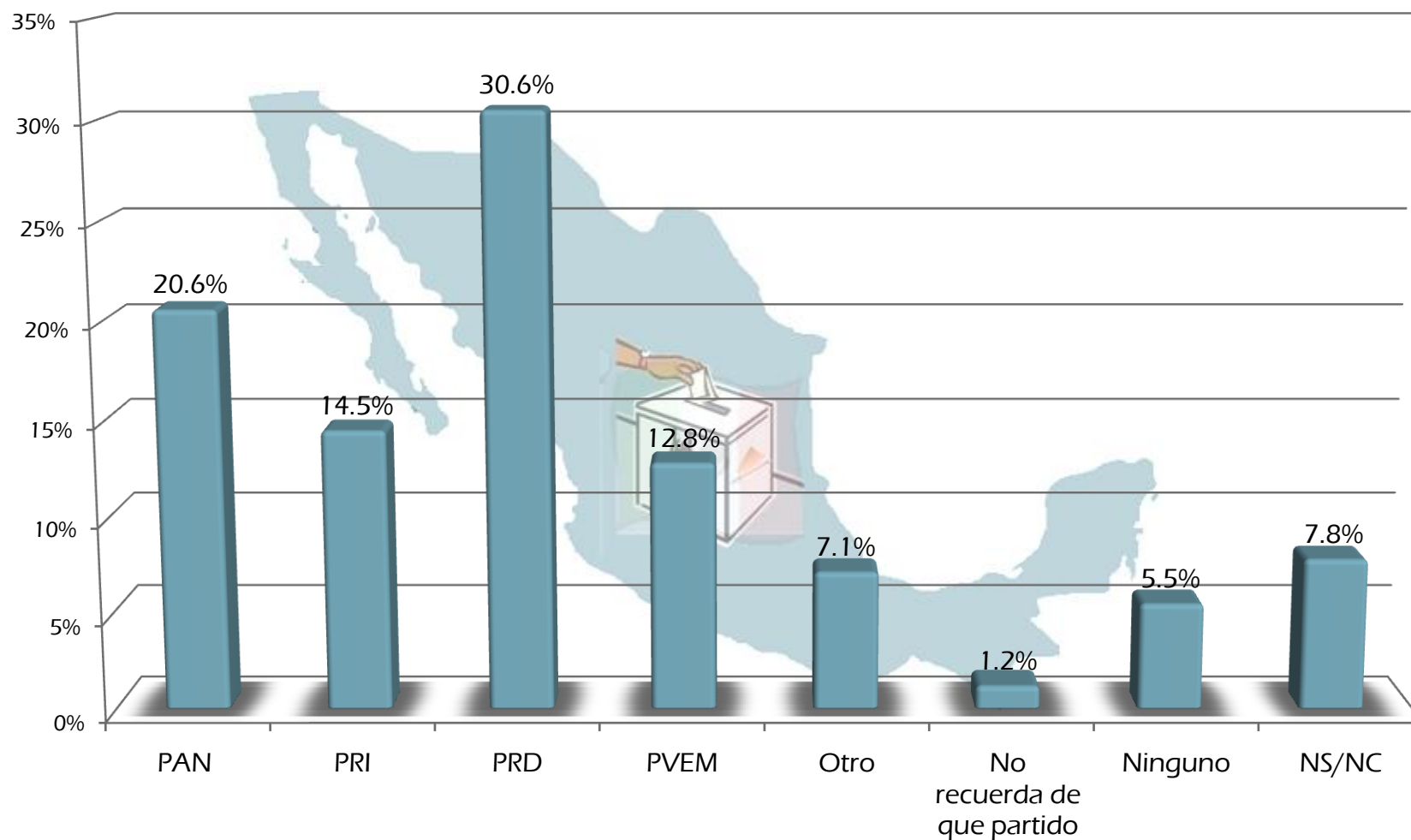


■ No suma 100% por ser respuesta múltiple

NS/NC = No sabe ó No contestó



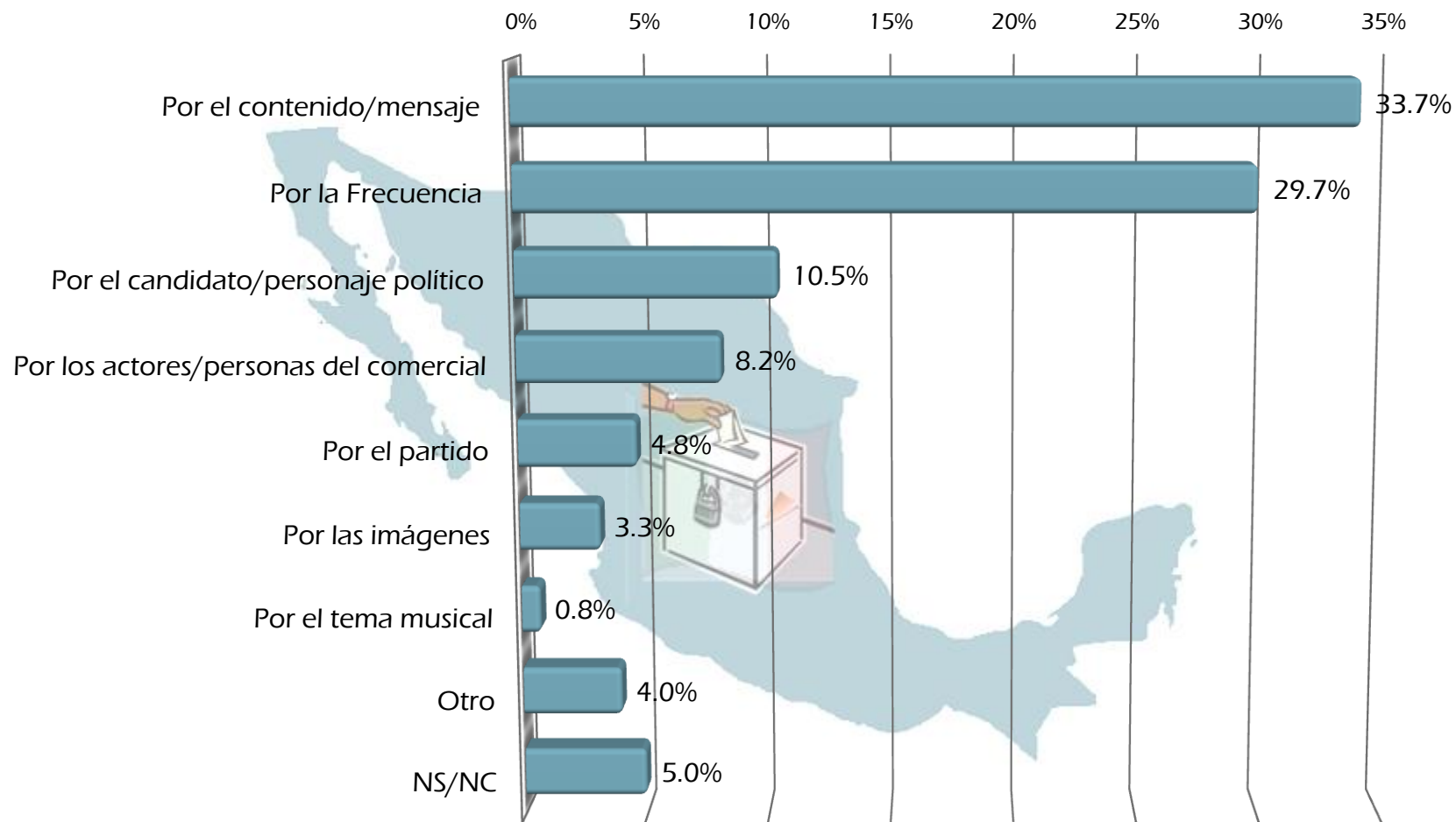
¿De qué partido político es el anuncio de televisión que más recuerda?



NS/NC = No sabe ó No contestó



¿Por qué recuerda ese anuncio?

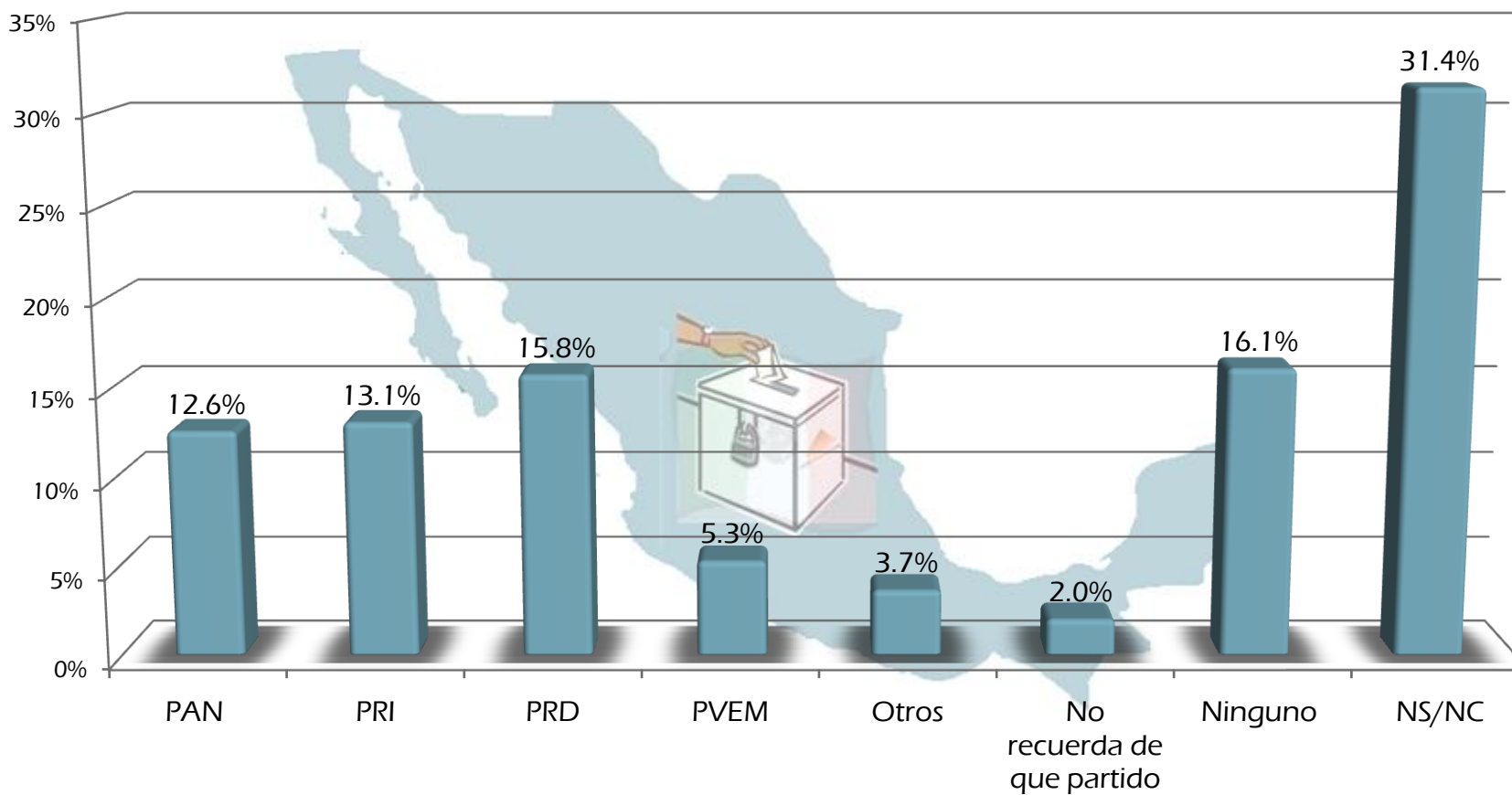


■ De quienes mencionaron recordar un anuncio

NS/NC = No sabe ó No contestó



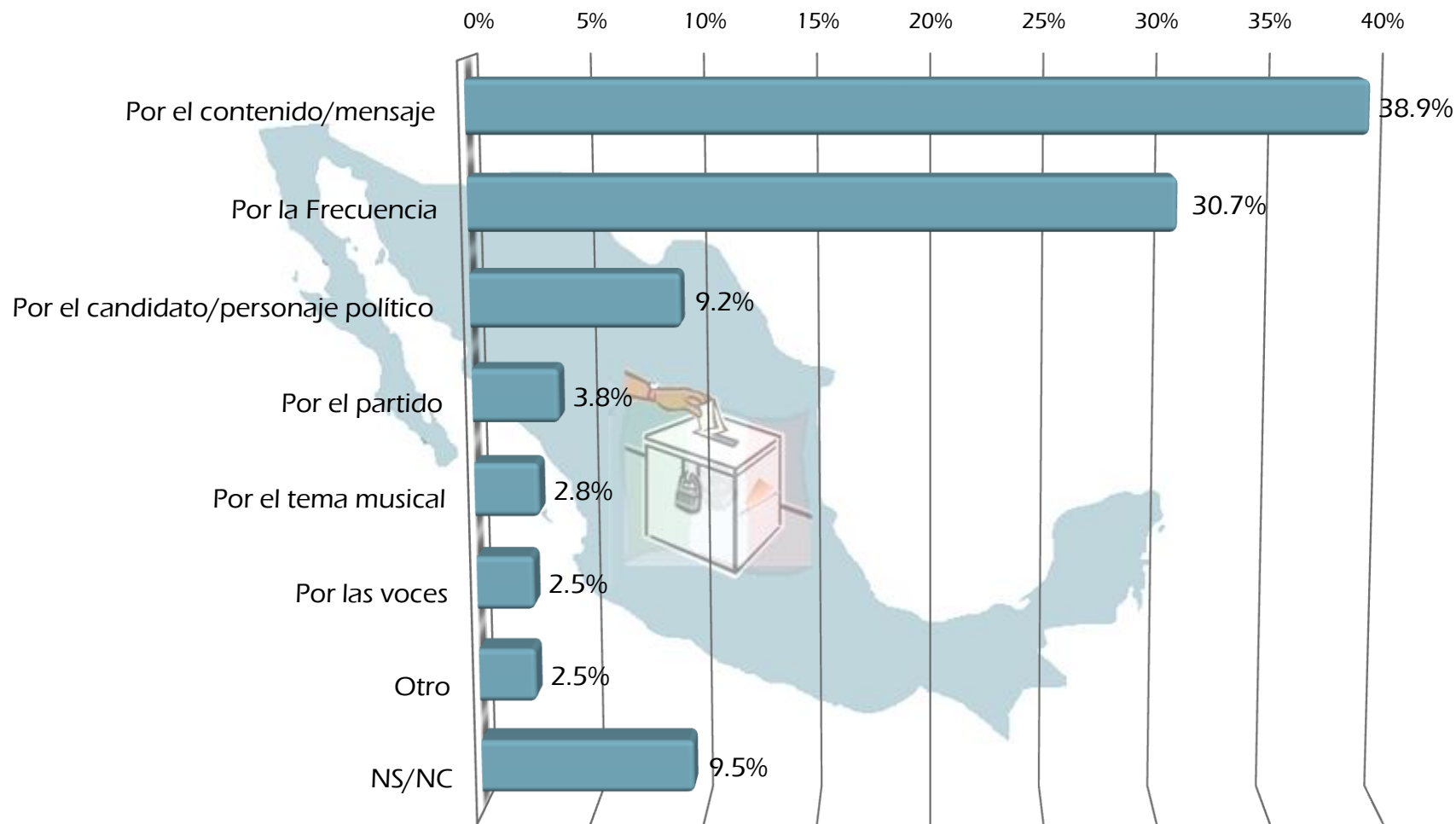
¿De qué partido político es el anuncio de radio que más recuerda?



NS/NC = No sabe ó No contestó



¿Por qué recuerda ese anuncio?

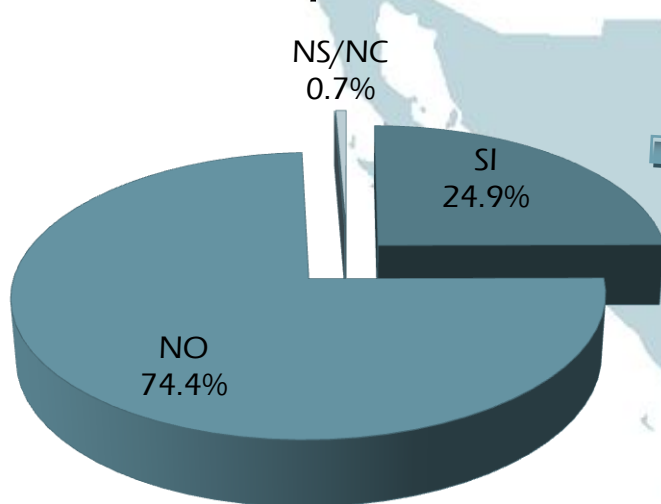


■ De quienes mencionaron recordar un anuncio

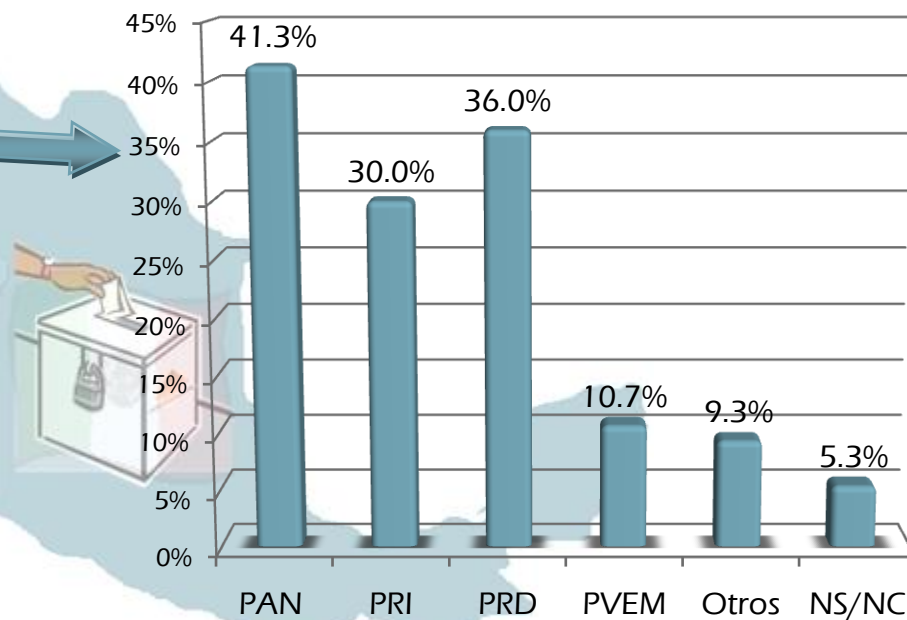
NS/NC = No sabe ó No contestó



¿Ha recibido en su domicilio propaganda de algún partido político?



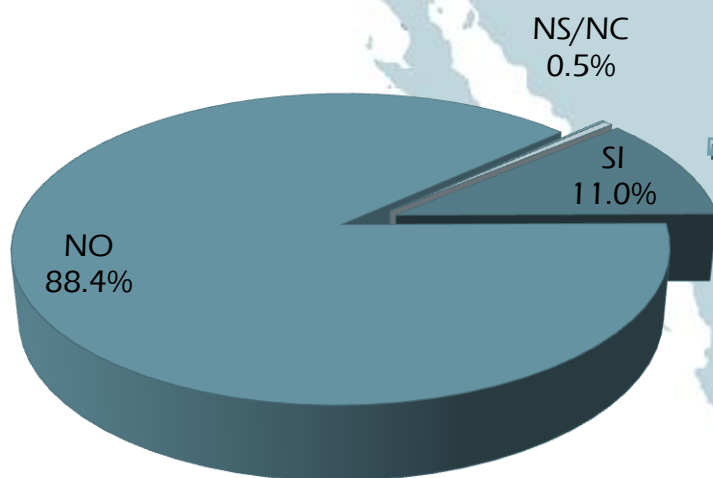
¿De cuál partido?



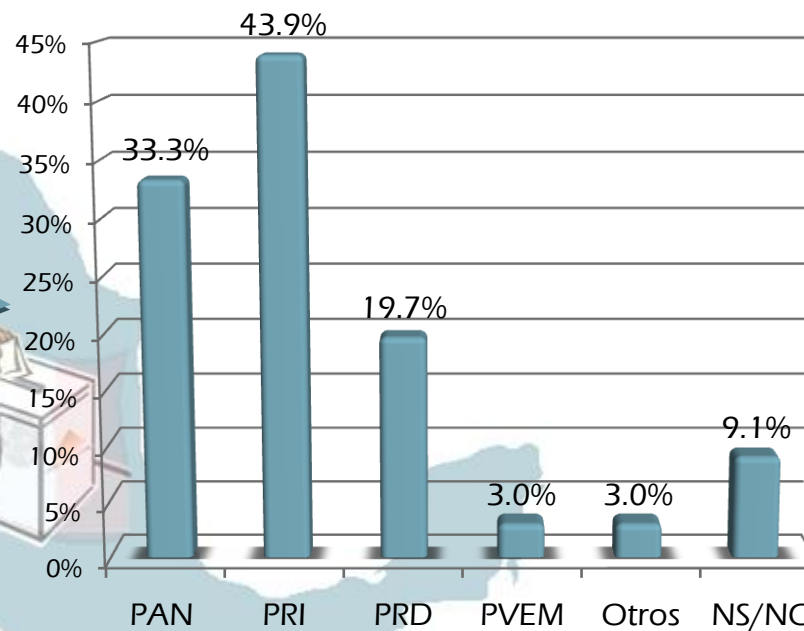
NS/NC = No sabe ó No contestó



¿Ha recibido en su domicilio la visita de algún representante de los partidos políticos?



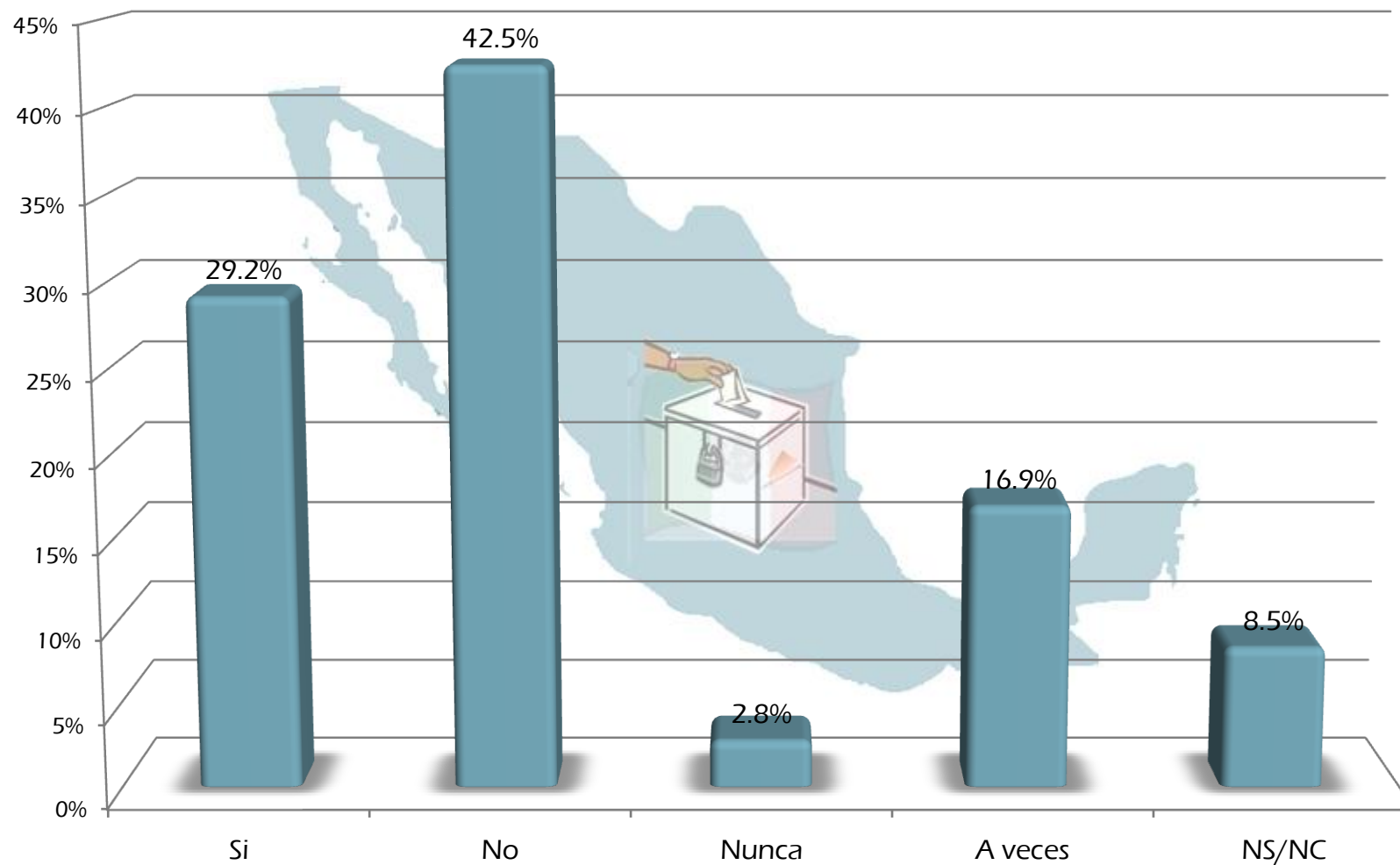
¿De cuál partido?



NS/NC = No sabe ó No contestó



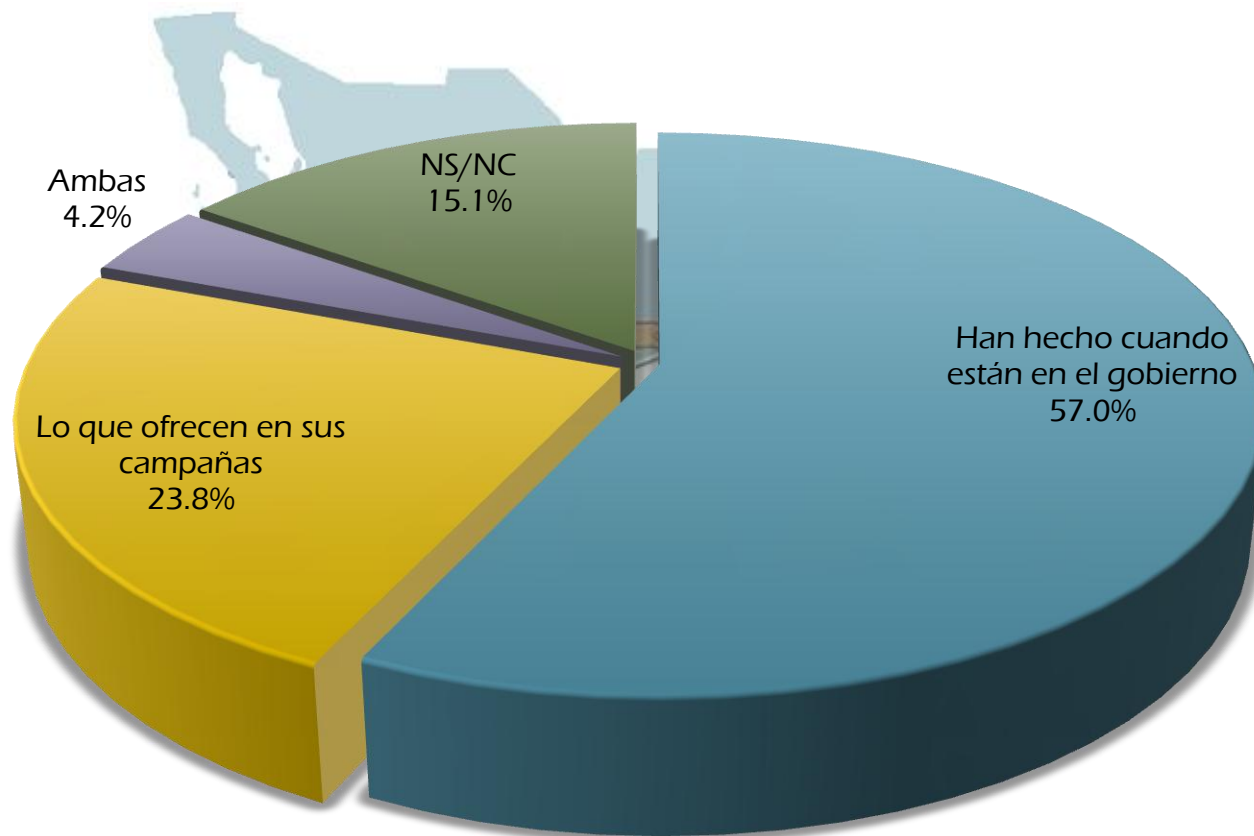
¿Las campañas y votaciones aseguran que los diputados representen los puntos de vista de los votantes?



NS/NC = No sabe ó No contestó

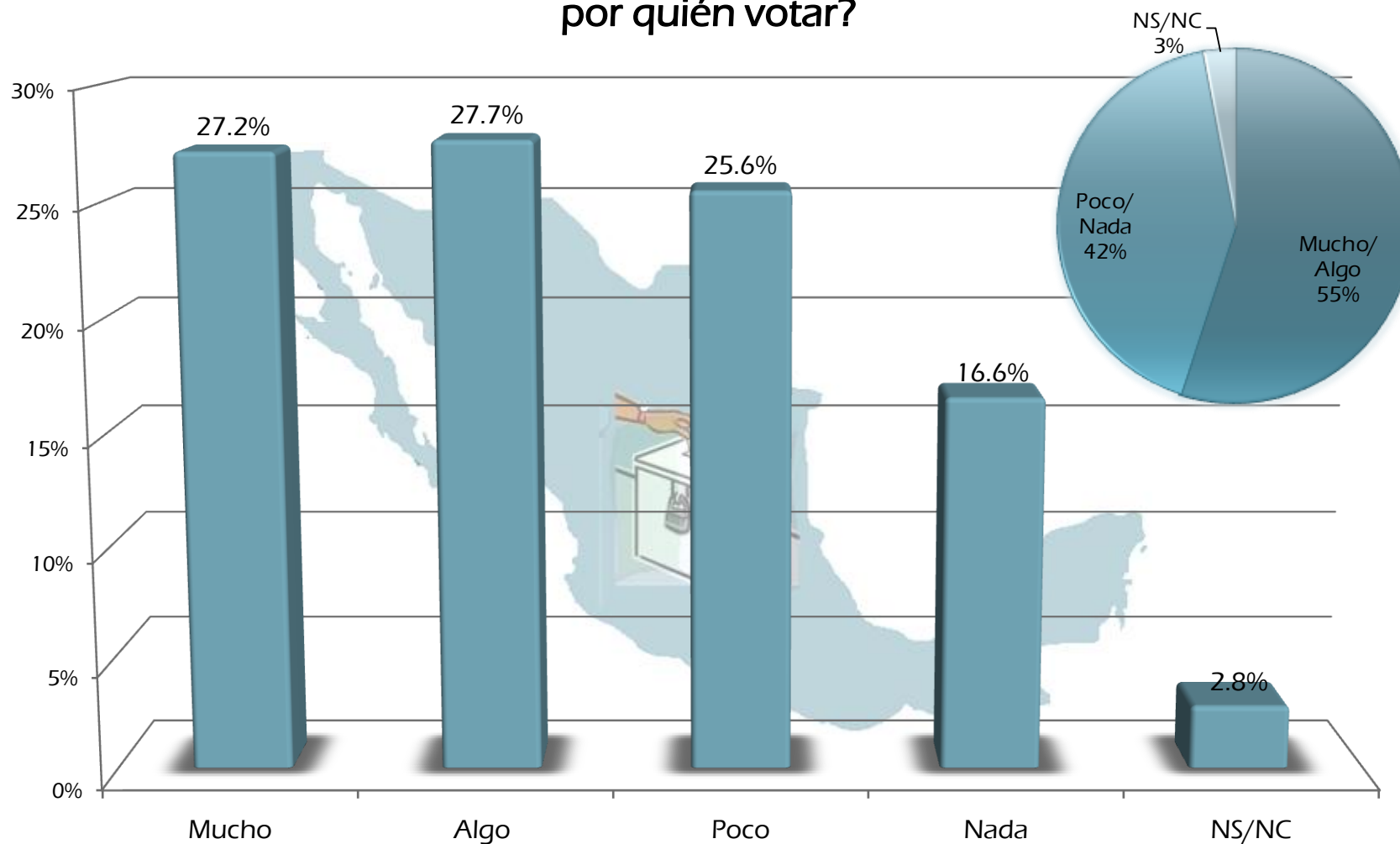


A la hora de votar, ¿qué es más importante para usted, lo que los candidatos y partidos...?





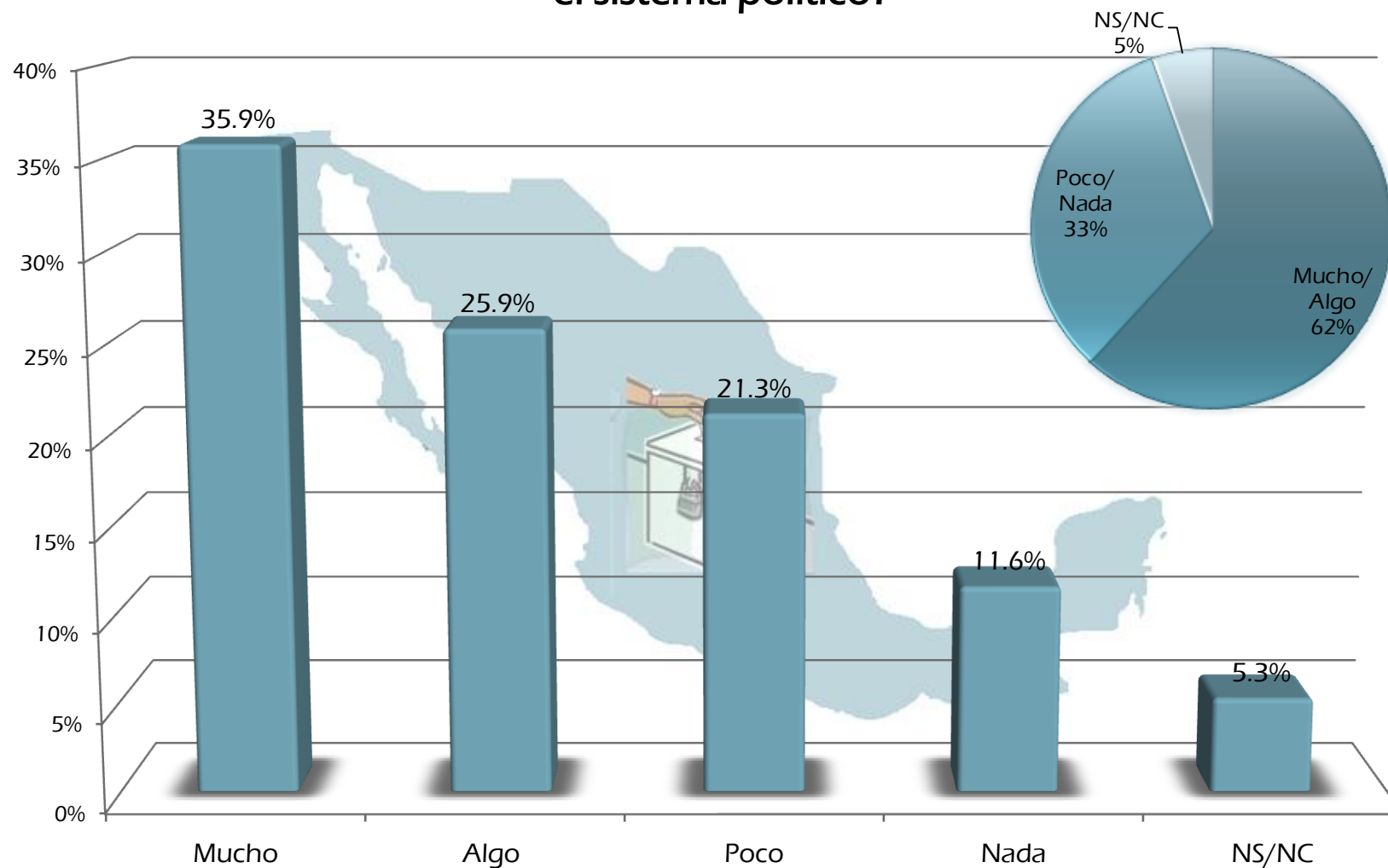
En su opinión, ¿cuánto sirven las campañas políticas para decidir por quién votar?



NS/NC = No sabe ó No contestó



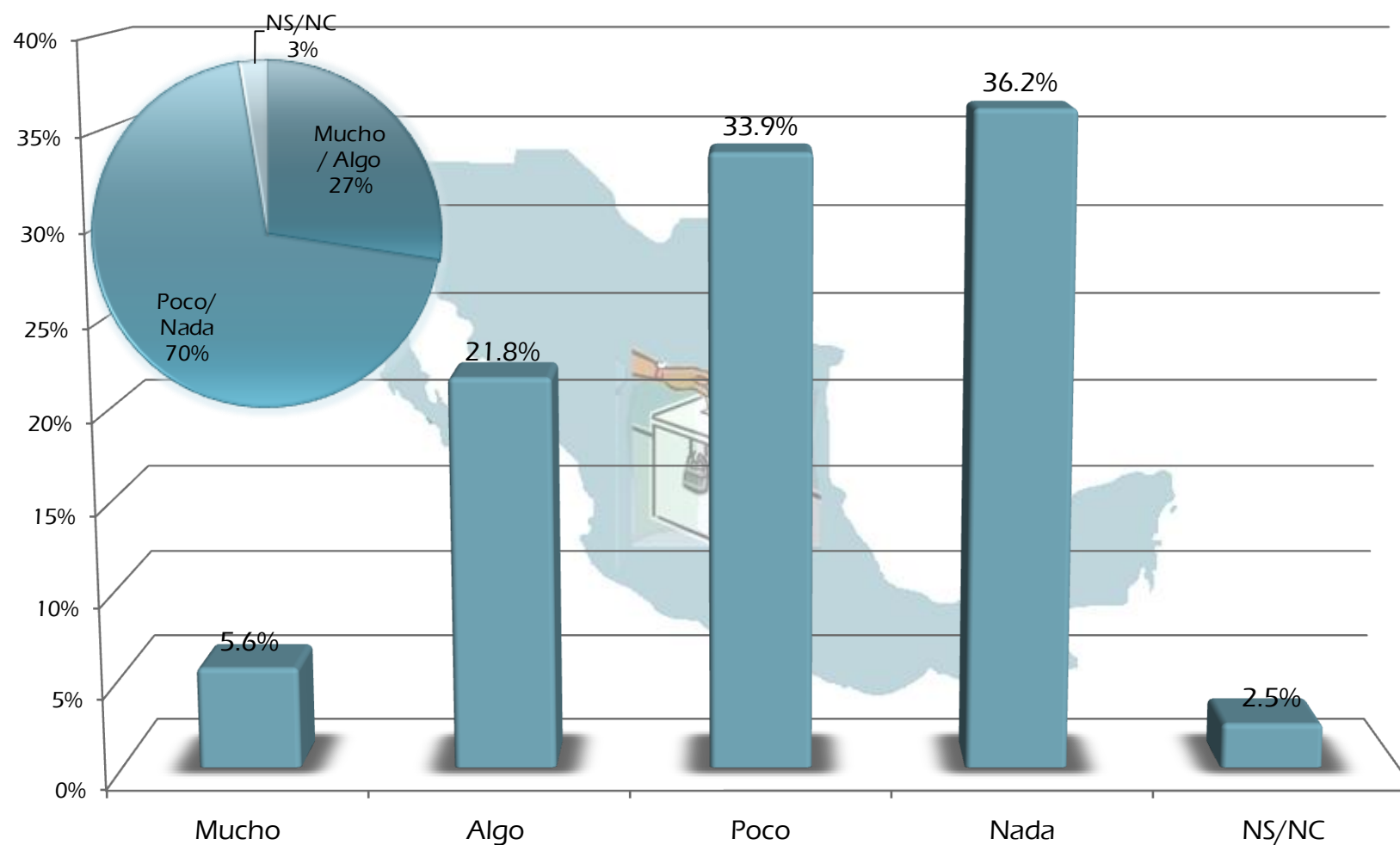
¿Qué tan necesarios son los partidos políticos para que funcione el sistema político?



NS/NC = No sabe ó No contestó



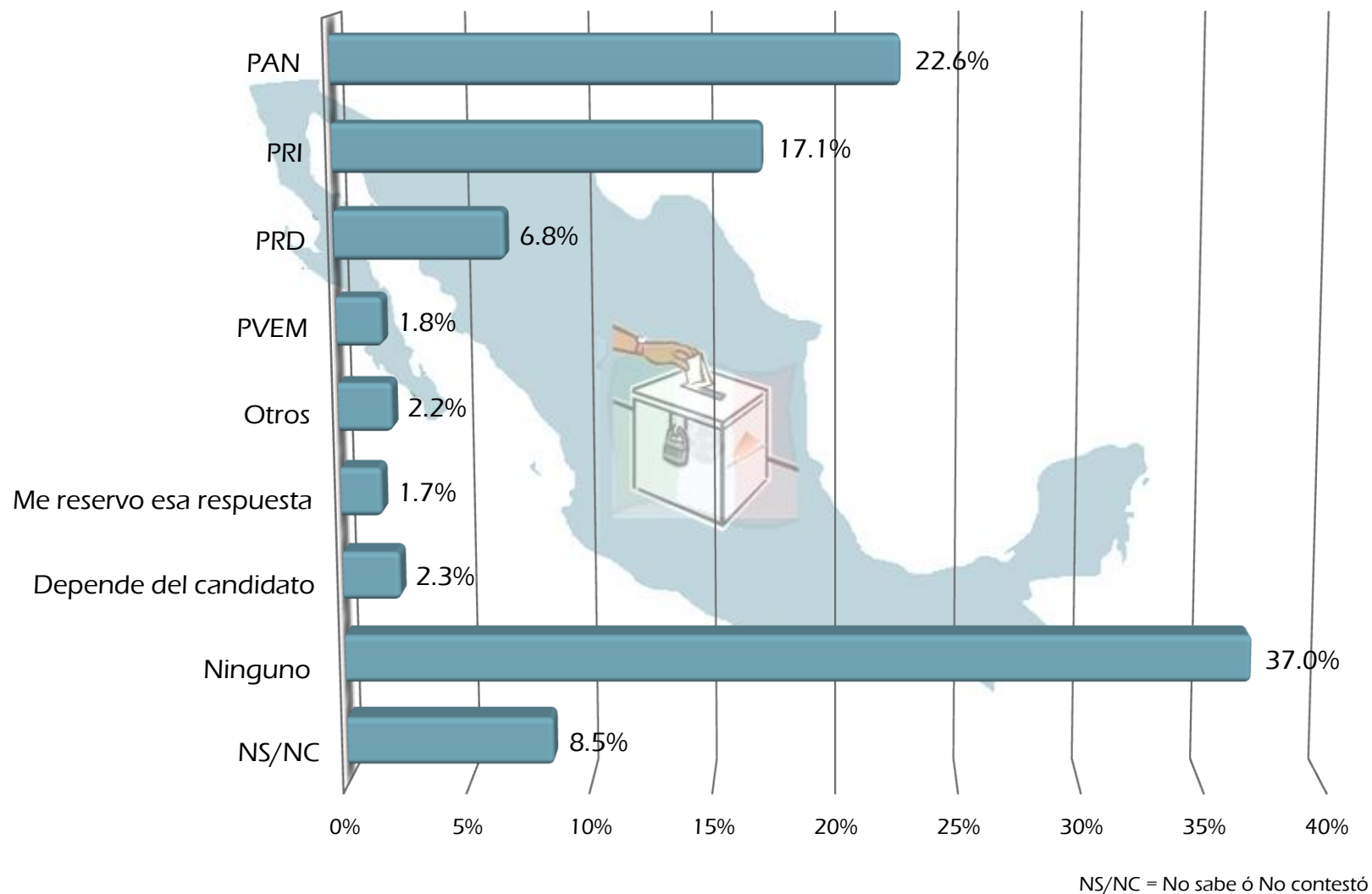
¿Qué tanto se preocupan los partidos políticos por las necesidades de la gente?



NS/NC = No sabe ó No contestó

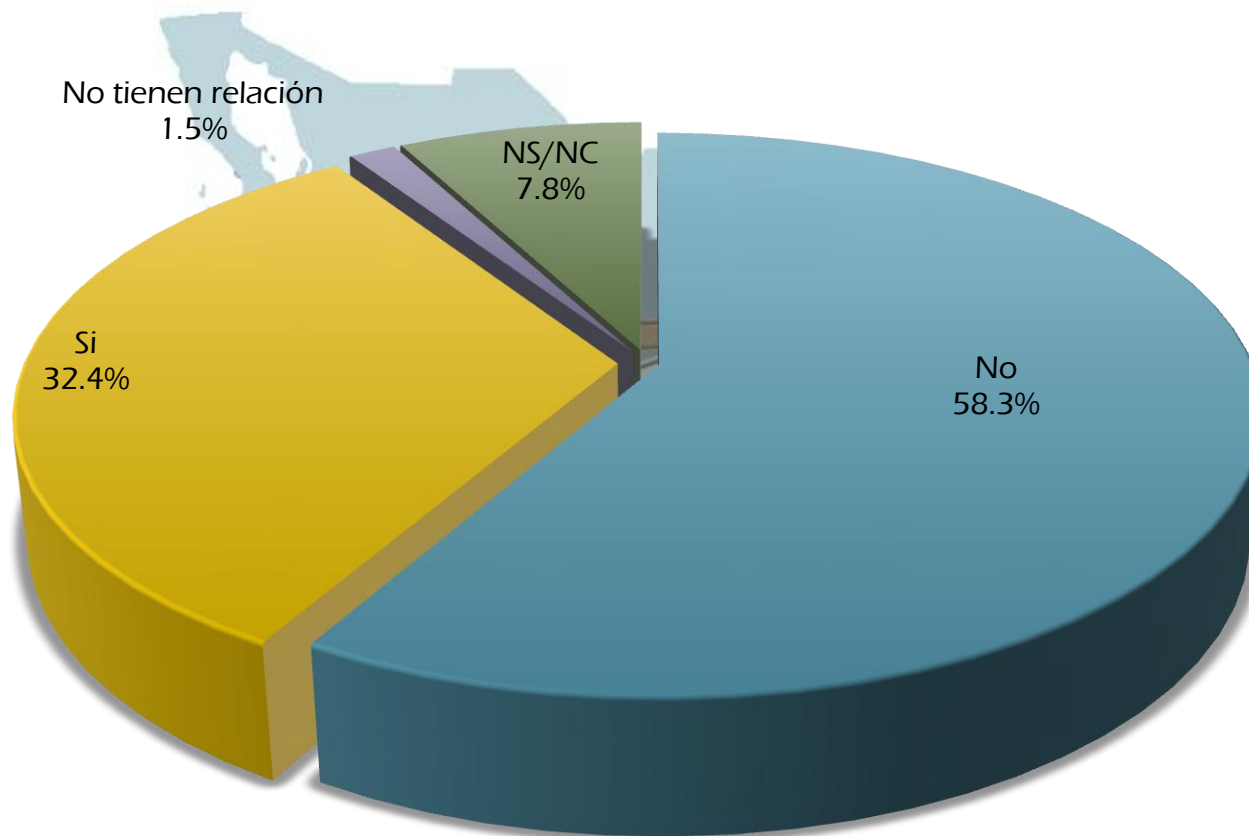


Independientemente de por quién vote, ¿con qué partido político simpatiza usted?





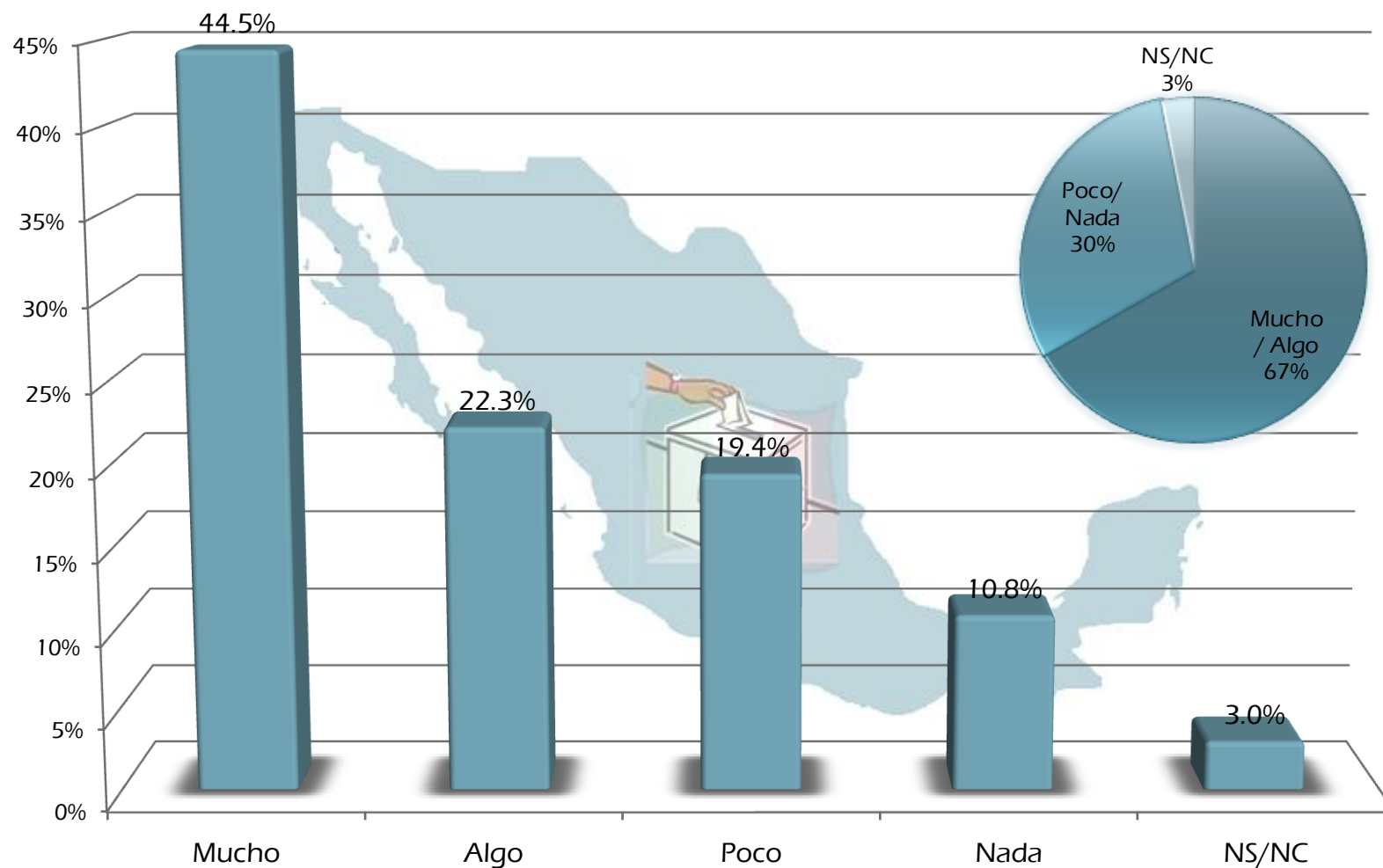
Un país con elecciones limpias, pero que no resuelve el problema de la pobreza, ¿considera que es democrático?



NS/NC = No sabe ó No contestó



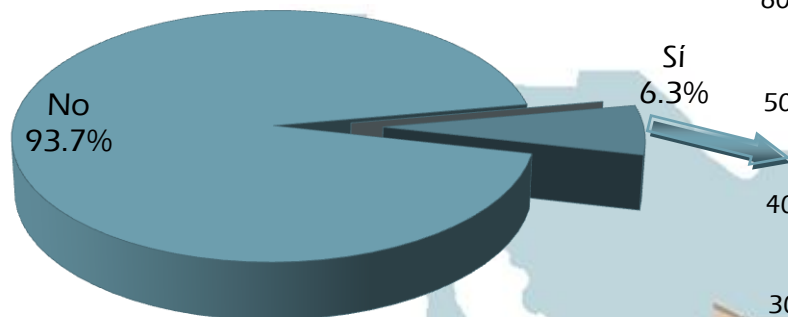
¿Cuánto cree que las votaciones influyen en lo que sucede en el país?



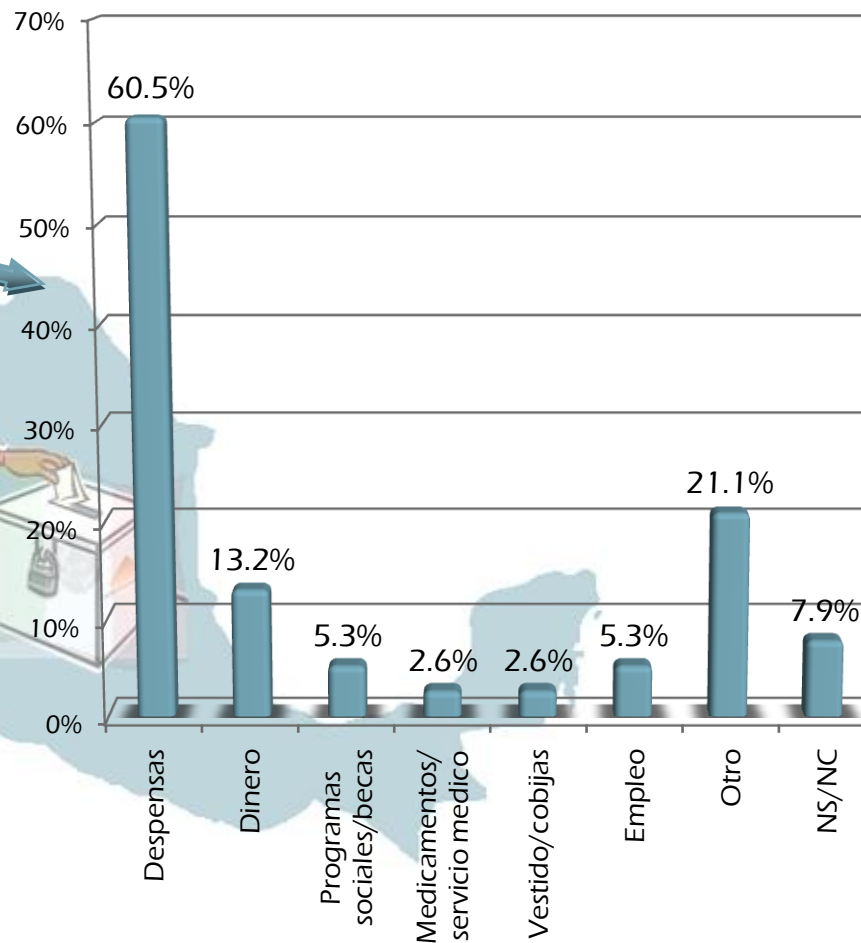
NS/NC = No sabe ó No contestó



¿Le han ofrecido algo a cambio de su voto?



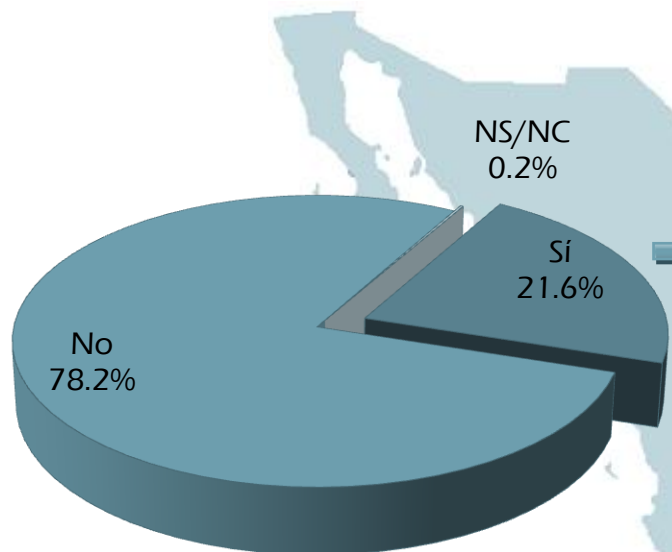
¿Podría decirme que le ofrecieron?



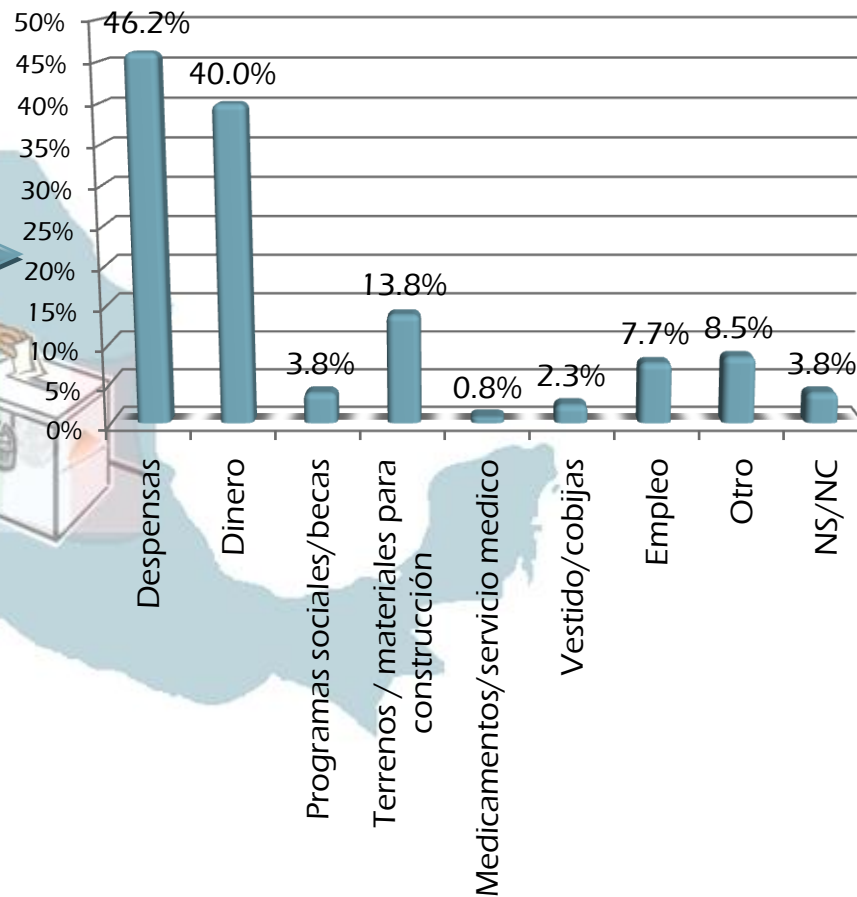
NS/NC = No sabe ó No contestó



¿Conoce a alguien a quien le hayan ofrecido algo a cambio de su voto?



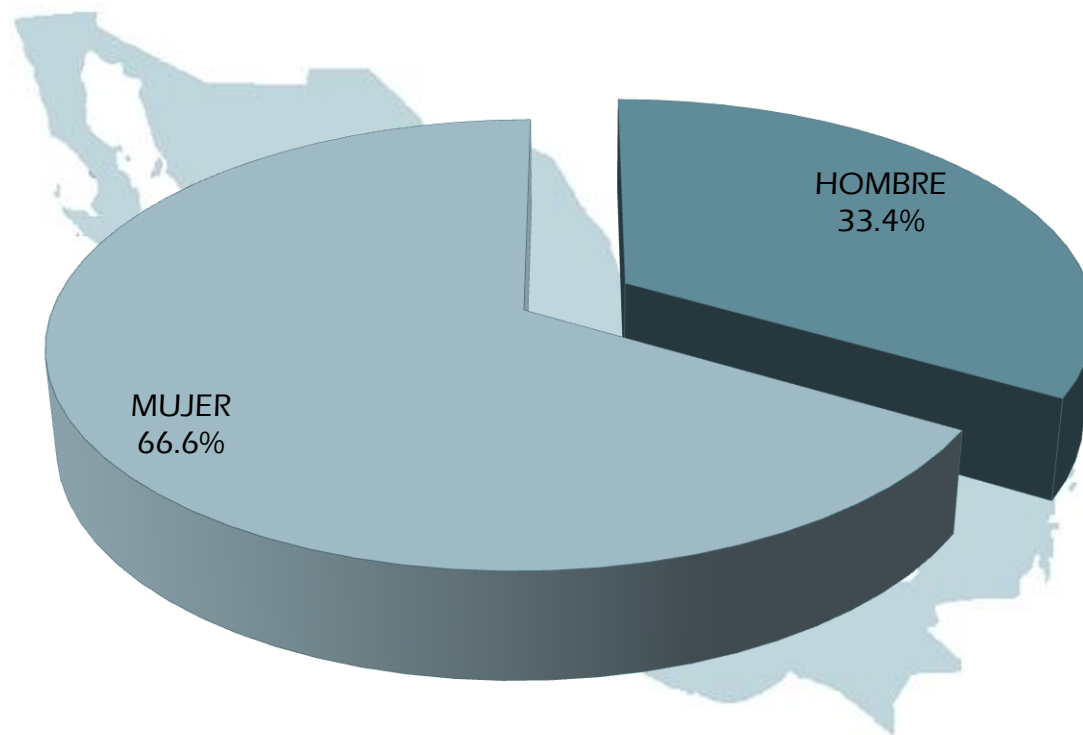
¿Podría decirme que le ofrecieron a esa persona?





PERFIL SOCIO-DEMOGRÁFICO DE LA MUESTRA

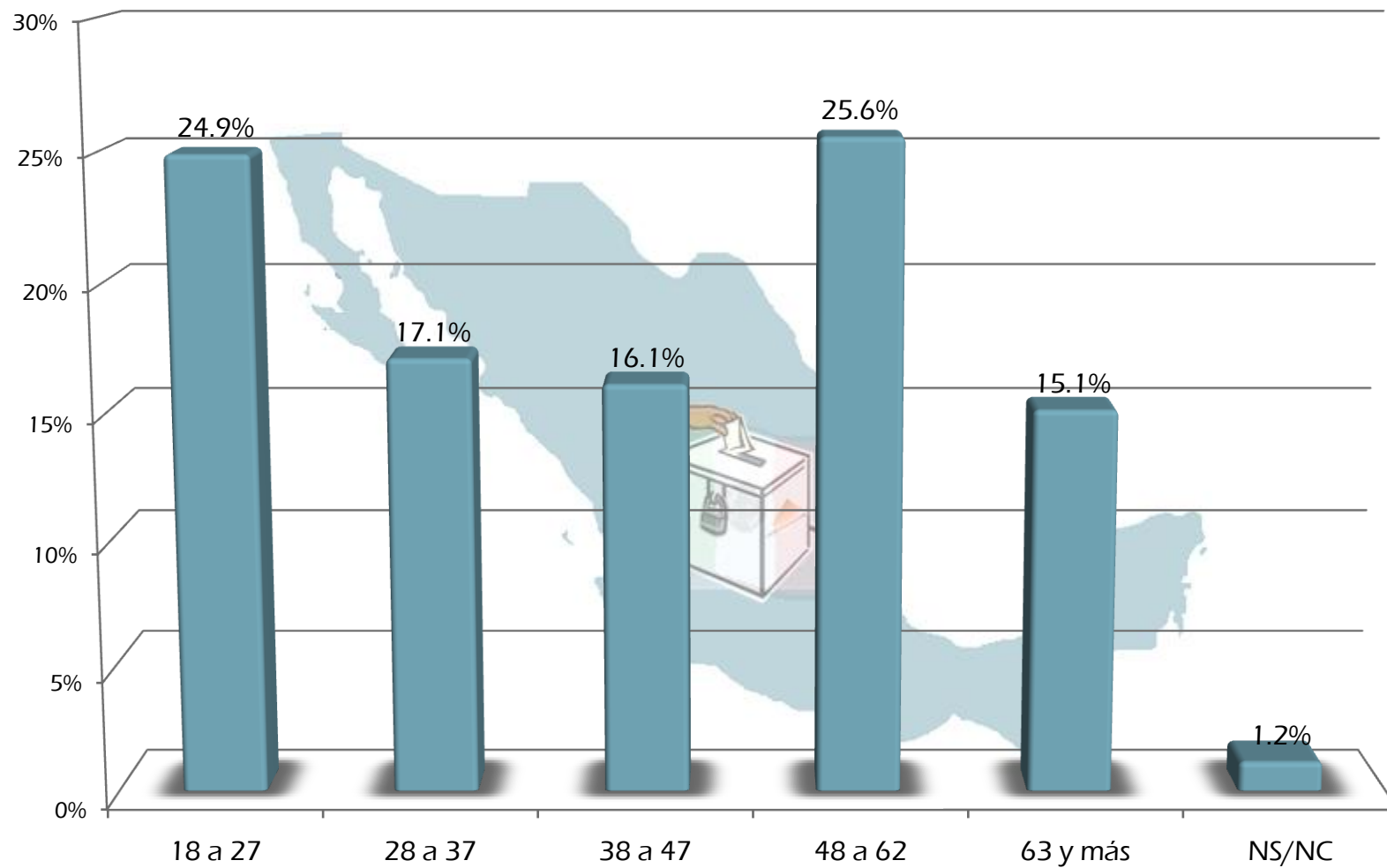
Género



NS/NC = No sabe ó No contestó



Edad



NS/NC = No sabe ó No contestó



CONCLUSIONES FINALES

A fin de conocer la opinión de la población mexicana con respecto a la reforma electoral, fue realizada esta encuesta nacional de la cual se tienen los siguientes resultados.

De los principales puntos de la reforma electoral, se tiene que más del 50% de los encuestados está mucho o algo de acuerdo con que los partidos sólo puedan utilizar el tiempo gratuito que administra el IFE, que tengan prohibido utilizar calumnias y contenidos denigrantes en sus campañas, que esté prohibida la propaganda del gobierno con el nombre o imagen de los funcionarios y que los particulares no puedan contratar propaganda a favor de algún partido político, El punto con el que se está menos de acuerdo es con que la difusión de las obras de los gobiernos: federal, estatal y municipal se suspenda durante las campañas electorales.

Las próximas elecciones tendrán una duración de 60 días para el desarrollo de las campañas electorales de lo cual el 54.8% de los encuestados considera que el tiempo es adecuado, mientras que un 32.9% cree que el periodo debe ser menor. En días actuales los mexicanos encuestados han recibido mayor información de los procesos electorales a través de la televisión. Según el nuevo reglamento de difusión de propaganda electoral, se ha considerado que Televisa y TV azteca alteraron las reglas de transmisión ordenadas por el IFE; al respecto el 54.3% de la población encuestada opina que dichas empresas deben ser multadas por esta razón.

Con respecto a la difusión de los próximos procesos electorales, el desempeño con mayor promedio de calificación fue el del Presidente Felipe Calderón, seguido por el IFE. El promedio más bajo lo tuvieron los partidos políticos.

Los partidos de los cuales se han escuchado más anuncios en radio y en televisión son del PRD, PAN y PRI, en ese orden. Con respecto a los anuncios de televisión más recordados corresponden al PRD. Las principales razones para recordar los anuncios son debido al contenido o mensaje de los mismos y a la frecuencia con que se transmiten.

Más del 74.4% de los hogares mexicanos encuestados no han recibido propaganda ni visitas de representantes de partidos políticos.

El 35.9% opina que los partidos políticos son muy necesarios para el funcionamiento del sistema político. El 70.1% considera que los partidos políticos no se preocupan por las necesidades de la gente. Un 27.7% de los encuestados consideran que las campañas



políticas tienen algo de utilidad para decidir por quién votar y además las votaciones influyen mucho en lo que sucede en el país, El 42.5% opinan que las campañas y votaciones no aseguran que los diputados representen los puntos de vista de los votante.

El 57.0 % de los encuestados consideran al momento de votar, es más importante lo que los candidatos y partidos han hecho cuando están en el gobierno, el 23.8% considera que lo que ofrecen en las campañas y el 4.2% considera que ambos.

El 58.3 % de los ciudadanos encuestados consideran que un país con elecciones limpias, pero que no resuelve el problema de la pobreza, no es democrático. Al 93.7% no les han ofrecido algo a cambio de su voto, sin embargo el 21.36% conoce a alguien a quien le han ofrecido dinero, terrenos, material para construcción y despensas principalmente.

Por todo lo anterior es importante que los mexicanos tomemos nuestra responsabilidad y nos llenemos de conocimientos sobre la forma en la que se va a llevar a cabo el próximo proceso electoral para así tener las herramientas necesarias y elegir inteligentemente a nuestros representantes, de esta manera poder contribuir a tener un país más justo y democrático.





METODOLOGÍA	
Tipo de encuesta	Encuesta Telefónica Nacional
Población de estudio	Ciudadanos hombres y mujeres mayores de 18 años en hogares que cuentan con línea telefónica. Según datos del censo de población y vivienda de 2005 del INEGI, aproximadamente el 48.8% de los hogares en el país cuentan con línea telefónica.
Fecha de levantamiento	Del 25 al 31 de marzo de 2009
Tamaño de muestra	602 ciudadanos del país que cuentan con línea telefónica.
Esquema de selección de muestra	La distribución de la muestra se realizó de manera proporcional a la población de cada uno de los estados, dentro de los cuales se utilizó información de INEGI para elegir a los tres municipios que concentran la mayor población (excluyendo el Distrito Federal).
Técnica de recolección de datos	El estudio se realizó vía telefónica, usando cuestionario previamente elaborado. La captura de los resultados de cada encuesta se realizó tiempo real (durante cada una de las llamadas) en una aplicación diseñada especialmente para la campaña por personal dedicado al desarrollo de software. El cuestionario fue aplicado por personal capacitado en uso de equipo telefónico y aplicación de encuesta.
Diseño y exploración de resultados	Subgerencia de Operaciones de Contact Center.
Método de estimación de resultados	Los resultados presentados son frecuencias simples.
Intervalo de Confianza y error muestral máximo	Si bien cada porcentaje presentado tiene su propio error asociado, el diseño de la muestra garantiza que al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el 3.994 %. En estudios de opinión pública, además del error de estimación, se debe considerar la posible existencia de errores ocasionados por el fraseo e incidencias en el trabajo de campo.



ANEXO A. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL POR MUNICIPIO

Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
Aguascalientes	1,065,416	1.03%	6
Aguascalientes	723,043	68%	5
Jesús María	82,623	8%	1
Baja California	2,844,469	2.75%	17
Tijuana	1,410,700	50%	10
Mexicali	855,962	30%	4
Ensenada	413,481	15%	3
Baja California Sur	512,170	0.50%	3
La Paz	219,596	43%	2
Los Cabos	164,162	32%	1
Campeche	754,730	0.73%	4
Campeche	238,850	32%	2
Carmen	199,988	26%	1
Champotón	76,116	10%	1
Chiapas	4,293,459	4.16%	25
Tuxtla Gutiérrez	503,320	12%	14
Tapachula	282,420	7%	7
Ocosingo	170,280	4%	4
Chihuahua	3,241,444	3.14%	19
Juárez	1,313,338	41%	11
Chihuahua	758,791	23%	7
Cuauhtémoc	134,785	4%	1
Coahuila de Zaragoza	2,495,200	2.42%	14
Saltillo	648,929	26%	6
Torreón	577,477	23%	6
Monclova	200,160	8%	2
Colima	567,996	0.55%	3
Manzanillo	137,842	24%	2

Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
Colima	132,273	23%	1
Distrito Federal	8,720,916	8.45%	52
Durango	1,509,117	1.46%	9
Durango	526,659	35%	5
Gómez Palacio	304,515	20%	3
Lerdo	129,191	9%	1
Guanajuato	4,893,812	4.74%	28
León	1,278,087	26%	17
Irapuato	463,103	9%	6
Celaya	415,869	8%	5
Guerrero	3,115,202	3.02%	18
Acapulco de Juárez	717,766	23%	12
Chilpancingo de los Bravo	214,219	7%	4
Iguala de la Independencia	128,444	4%	2
Hidalgo	2,345,514	2.27%	14
Pachuca de Soto	275,578	12%	7
Tulancingo de Bravo	129,935	6%	4
Huejutla de Reyes	115,786	5%	3
Jalisco	6,752,113	6.54%	39
Guadalajara	1,600,940	24%	19
Zapopan	1,155,790	17%	13
Tlaquepaque	563,006	8%	7
México	14,007,495	13.56%	83
Ecatepec de Morelos	1,688,258	12%	38
Nezahualcóyotl	1,140,528	8%	27
Naucalpan de Juárez	821,442	6%	18
Michoacán de Ocampo	3,966,073	3.84%	23
Morelia	684,145	17%	14



Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
Uruapan	279,229	7%	6
Zamora	170,748	4%	3
Morelos	1,612,899	1.56%	9
Cuernavaca	349,102	22%	5
Jiutepec	181,317	11%	2
Cuatla	160,285	10%	2
Nayarit	949,684	0.92%	6
Tepic	336,403	35%	4
Santiago Ixcuintla	84,314	9%	1
Bahía de Banderas	83,739	9%	1
Nuevo León	4,199,292	4.07%	24
Monterrey	1,133,814	27%	12
Guadalupe	691,931	16%	7
San Nicolás de los Garza	476,761	11%	5
Oaxaca	3,506,821	3.40%	20
Oaxaca de Juárez	265,006	8%	11
San Juan Bautista Tuxtepec	144,555	4%	6
Juchitán de Zaragoza	85,869	2%	3
Puebla	5,383,133	5.21%	31
Puebla	1,485,941	28%	25
Tehuacán	260,923	5%	4
San Martín Texmelucan	130,316	2%	2
Querétaro Arteaga	1,598,139	1.55%	9
Querétaro	734,139	46%	6
San Juan del Río	208,462	13%	2
Corregidora	104,218	7%	1
Quintana Roo	1,135,309	1.10%	7
Benito Juárez	572,973	50%	5
Othón P. Blanco	219,763	19%	2
San Luis Potosí	2,410,414	2.33%	14

Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
San Luis Potosí	730,950	30%	9
Soledad de Graciano Sánchez	226,803	9%	3
Ciudad Valles	156,859	7%	2
Sinaloa	2,608,442	2.53%	15
Culiacán	793,730	30%	7
Mazatlán	403,888	15%	4
Ahome	388,344	15%	4
Sonora	2,394,861	2.32%	14
Hermosillo	701,838	29%	8
Cajeme	375,800	16%	4
Nogales	193,517	8%	2
Tabasco	1,989,969	1.93%	12
Centro	558,524	28%	7
Cárdenas	219,563	11%	3
Comalcalco	173,773	9%	2
Tamaulipas	3,024,238	2.93%	18
Reynosa	526,888	17%	7
Matamoros	462,157	15%	6
Nuevo Laredo	355,827	12%	5
Tlaxcala	1,068,207	1.03%	6
Tlaxcala	83,748	8%	2
Huamantla	77,076	7%	2
Apizaco	73,097	7%	2
Veracruz de Ignacio de la Llave	7,110,214	6.89%	41
Veracruz	512,310	7%	17
Xalapa	413,136	6%	14
Coatzacoalcos	280,363	4%	10
Yucatán	1,818,948	1.76%	11
Mérida	781,146	43%	9



Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
Tizimín	69,553	4%	1
Valladolid	68,863	4%	1
Zacatecas	1,367,692	1.32%	8

Estado-Municipio	Población	Porcentaje	Encuestas
Fresnillo	196,538	14%	3
Zacatecas	132,035	10%	3
Guadalupe	129,387	9%	2





ANEXO B. DISTRIBUCIÓN MUESTRAL PARA EL DISTRITO FEDERAL

Delegación	Población	Porcentaje	Muestra equitativamente distribuida
Iztapalapa	1,820,888	21%	4
Gustavo A. Madero	1,193,161	14%	4
Álvaro Obregón	706,567	8%	4
Coyoacán	628,063	7%	4
Tlalpan	607,545	7%	3
Cuauhtémoc	521,348	6%	3
Venustiano Carranza	447,459	5%	3
Azcapotzalco	425,298	5%	3
Xochimilco	404,458	5%	3
Iztacalco	395,025	5%	3
Benito Juárez	355,017	4%	3
Miguel Hidalgo	353,534	4%	3
Tláhuac	344,106	4%	3
La Magdalena Contreras	228,927	3%	3
Cuajimalpa de Morelos	173,625	2%	3
Milpa Alta	115,895	1%	3
Total			52



El Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública lo invita a visitarnos en nuestra dirección electrónica <http://www.diputados.gob.mx/cesop/>