

Ciudad de México, a 25 de octubre de 2017

Lic. Edmundo Jacobo Molina
Secretario Ejecutivo del Consejo General del
Instituto Nacional Electoral
Viaducto Tlalpan No. 100, Col. Arenal Tepepan,
Delegación Tlalpan, C.P. 14610, Ciudad de México.
Presente.-

Asunto: Se rinde informe de encuesta telefónica
realizada a nivel nacional.

Estimado Secretario:

Por medio de la presente, hago entrega del Informe de la Encuesta realizada por Grupo Reforma, cuya razón social es Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V., a nivel nacional, para conocer las opiniones de la ciudadanía con miras al proceso electoral federal del 1 de julio de 2018.

La encuesta fue realizada del 13 al 16 de octubre de 2017 y se publicó el día 17 de octubre del mismo año, en los Periódicos de Grupo Reforma: "REFORMA, CORAZÓN DE MÉXICO" en la Ciudad de México, "EL NORTE" en la Ciudad de Monterrey, "MURAL, EXPRESIÓN DE JALISCO" en la Ciudad de Guadalajara y "METRO" en la Ciudad de México; así como en las páginas de internet: www.reforma.com, www.elnorte.com, www.mural.com y <http://gruporeforma-blogs.com/encuestas/>.

Así mismo, solicito tenga a bien que los datos personales de mi representada o de las personas físicas que se mencionan en el informe, se mantengan en forma confidencial, haciendo público el informe a través de una versión pública.

Quedamos a sus órdenes para cualquier comentario o aclaración al respecto, esperando con ello dar cumplimiento a los requerimientos de ese Instituto.

Atentamente,


C.P. Gabriel Eduardo Téllez Landín
Representante Legal
Consorcio Interamericano de Comunicación, S.A. de C.V.

LEGAL
CICSA

REFORMA
CORAZÓN DE MÉXICO

EL NORTE

MURAL
EXPRESIÓN DE JALISCO

metro

INFORME DE GRUPO REFORMA, CUYA RAZÓN SOCIAL ES CONSORCIO INTERAMERICANO DE COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V., DE LA ENCUESTA NACIONAL SOBRE LA RENUNCIA DE MARGARITA ZAVALA AL PAN REALIZADA DEL 13 AL 16 DE OCTUBRE Y PUBLICADA EL 17 DE OCTUBRE DE 2017.

Este informe describe los criterios generales de carácter científico del estudio de acuerdo con lo dispuesto en el Anexo 3 del Reglamento de Elecciones, los cuales fueron emitidos por el Instituto Nacional Electoral (en lo sucesivo denominado de forma indistinta como INE), en su Acuerdo General INE/CG661/2016, cumpliendo con los Lineamientos establecidos en dicho Acuerdo.

I. Objetivos del estudio

La encuesta Nacional publicada el 17 de octubre de 2017 se realizó con el fin de dar a conocer a los lectores de Grupo Reforma la coyuntura en torno a la renuncia de Margarita Zavala al Partido Acción Nacional para buscar la candidatura presidencial por la vía independiente.

Los resultados de la encuesta fueron publicados en las páginas de los diarios REFORMA y METRO en la Ciudad de México, El NORTE en Monterrey y MURAL en Guadalajara. La publicación está disponible en versión electrónica en las páginas de Internet de Grupo Reforma: www.reforma.com, www.elnorte.com, www.mural.com y <http://gruporeforma-blogs.com/encuestas/>

La encuesta también se pone a disposición de los diversos medios que están suscritos a la Agencia Reforma, en cuyo caso, la compra de esa información no implica su publicación, la cual es responsabilidad de cada medio.

II. Marco muestral

Para la realización de la encuesta se utilizó como marco muestral el directorio telefónico blanco de las 32 entidades del País así como el catálogo de ladas y series asignadas para telefonía fija publicado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL). Se seleccionaron hojas de directorio al azar y se eligieron números telefónicos de manera aleatoria sistemática y, por otro lado, se seleccionó una muestra aleatoria en las 32 entidades del País de series telefónicas. En total se realizaron 400 entrevistas vía telefónica.

Los resultados son representativos de las opiniones de los adultos que tienen una línea telefónica en su hogar.

III. Diseño muestral

Se empleó un muestreo en múltiples etapas en el que se seleccionaron al azar las hojas de directorio y finalmente números telefónicos donde se realizarían las entrevistas, así como un muestreo sistemático de series telefónicas utilizando el catálogo de ladas y series publicado por el IFETEL. Una vez que el encuestador contactó a un entrevistado adulto que viviera en el domicilio, se aseguró que cumpliera con las cuotas de sexo y edad. En cada hoja de directorio se seleccionaron un máximo de dos números telefónicos de manera aleatoria sistemática para realizar la encuesta y, en el caso de las series telefónicas, por cada entrevista exitosa se requirieron 20 intentos o números telefónicos generados a través de un algoritmo aleatorio utilizando la muestra de series seleccionada previamente. El diseño detallado de la muestra consiste de los siguientes elementos:

a) Definición de la población objetivo

La población objetivo de la encuesta son ciudadanos del territorio Nacional y que son mayores de edad (18 años cumplidos o más). La muestra utilizada en el estudio está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica y sociodemográfica (sexo y edad). “Los resultados reflejan las preferencias electorales y las opiniones de los encuestados al momento de realizar el estudio y son válidos sólo para esa población y fechas específicas.”

b) Procedimiento de selección de unidades

La muestra fue seleccionada en múltiples etapas:

Para la primera etapa se seleccionaron al azar hojas del directorio blanco de las 32 entidades del País, así como series telefónicas que sirvieron como insumo para generar números telefónicos de manera aleatoria considerando los dígitos designados para telefonía fija de acuerdo con el catálogo del IFETEL.

En una segunda etapa, y bajo el esquema de directorio, en cada hoja se seleccionó de manera aleatoria un número telefónico en el cual realizar la entrevista. Esta selección la hicieron los encuestadores aplicando un salto sistemático aleatorio a partir de un punto de inicio determinado por número de teléfonos en cada una de las hojas. En cada hoja de directorio se seleccionaron un máximo de dos números telefónicos para realizar la entrevista. Para el caso de números telefónicos generados aleatoriamente a partir de la muestra de series, se generaron listados de 20 números que fueron entregados de manera gradual al encuestador.

Etapas 3.1: una vez que un número telefónico fue elegido para aplicar la entrevista, el encuestador seleccionó a la persona asegurándose de que se cumpliera con una distribución por sexo y edad previamente definida, de acuerdo con los datos del padrón electoral proporcionados por el Instituto Nacional Electoral.

En caso de que en el número telefónico nadie contestara o que la persona seleccionada declinara la entrevista, la suspendiera o que no pudiera ser contactada, el encuestador sustituyó el número telefónico en el que no se realizó la entrevista con otro seleccionado al azar dentro del mismo listado. Cada entrevistador llevó el registro correspondiente de números telefónicos inexistentes, no contactos y rechazos para calcular las tasas de respuesta, cooperación y rechazo del estudio.

Etapa 3.2: en el caso de los números telefónicos generados aleatoriamente a partir de la muestra de series y dígitos asignados para telefonía fija, para lograr una entrevista completa, al encuestador le eran entregados listados con 20 números y cumpliendo con la cuota de sexo y edad como en el apartado anterior. La metodología a partir de contacto con un posible entrevistado es la misma que se utiliza para el método con directorios telefónicos.

c) Procedimiento de estimación

Para la estimación de los indicadores en torno a la renuncia de Margarita Zavala al PAN, se formularon las siguientes preguntas: “¿La renuncia de Margarita Zavala beneficia o perjudica al Frente PAN-PRD-MC?”, “¿A qué partido favorece más la renuncia de Margarita Zavala al PAN?”.

Además, se realizaron diversas preguntas relacionadas al tema:

“¿Considera acertada o equivocada la decisión de Margarita Zavala de renunciar al PAN para buscar ser candidata independiente?”

“¿Está de acuerdo o en desacuerdo con que Margarita Zavala se postule como candidata independiente para 2018?”

“¿Usted votaría por Margarita Zavala como candidata independiente?”

“¿Quién tiene más posibilidades de ganar la Presidencia de la República en 2018?” con opciones: Andrés Manuel López Obrador/Ricardo Anaya como candidato del PAN-PRD-MC/Algún candidato del PRI/Margarita Zavala como candidata independiente.

“¿Quién cree que tiene más posibilidades de ganarle a López Obrador?” con opciones: Ricardo Anaya del PAN-PRD-MC/Margarita Zavala como candidata independiente/Ninguno

“¿Quién cree que tiene más posibilidades de ganarle al PRI?” con opciones: Ricardo Anaya del PAN-PRD-MC/Margarita Zavala como candidata independiente/Ninguno

Asimismo, se midió el impacto de la renuncia de Margarita Zavala al PAN y la confianza en las candidaturas independientes.

La ponderación se realizó a través de un modelo loglineal tomando en cuenta distribución de sexo y edad, además de escolaridad, es decir, se llevó a cabo un *raking*, con base en la

distribución de sexo y edad del INE y la estimación de nivel de escolaridad calculada a partir de la Encuesta Intercensal INEGI 2015.

Para los cálculos de los ponderadores se empleó el siguiente supuesto del modelo¹:

Loglinear model:

$$N_{ij} = a_i b_j n_{ij}$$

written as probabilities, $\pi_{ij} = a_i b_j p_{ij}$ where

π_{ij} and p_{ij} are population and sample probabilities, respectively)

$$\log\left(\frac{\pi_{ij}}{p_{ij}}\right) = \log(a_i) + \log(b_j) + \varepsilon_{ij}$$

d) Tamaño y forma de obtención de la muestra

En total se realizaron 400 entrevistas en las 32 entidades del País. La obtención de la muestra se encuentra descrita en los apartados a) y b) del presente documento.

e) Calidad de la estimación: confianza y error máximo implícito en la muestra seleccionada para cada distribución de preferencias o tendencias

Con un nivel de confianza de 95 por ciento, la encuesta tiene un error de estimación absoluto teórico de +/-4.9 por ciento para los 400 entrevistados.

f) Frecuencia y tratamiento de la no-respuesta, señalando los porcentajes de los indecisos, los que responden “no sé” y los que manifiestan que no piensan votar.

La encuesta no midió intención de voto, por lo que no se obtuvo una estimación de indecisos o de los que manifiestan que no piensan votar, ya que estos indicadores no aplican en el estudio que se publicó.

g) Tasa de rechazo general a la entrevista, reportando por un lado el número de negativas a responder, o abandono del informante sobre el total de intentos o personas contactadas y, por otro lado, el número de contactos no exitosos sobre el total de intentos del estudio.

¹ Fuente: Extension Commands and Rim Weighting with IBM® SPSS® Statistics: Theory and Practice, Jon Peck, IBM. Business Analytics software, 2011 IBM Corporation.

La tasa de rechazo a la encuesta fue de 55 por ciento, considerando en el cálculo los siguientes elementos:

$$\text{Tasa de rechazo} = (R + S) / (E + NC + R + S).$$

En donde **R** significa "Rechazos de personas elegibles", **S** significa "Suspensiones", **E** significa "Entrevistas efectivas", **NC** significa "No contacto" con personas elegibles seleccionadas pero ausentes.

En términos numéricos, mil 154 personas rechazaron la entrevista y 22 la suspendieron, de un total de 2 mil 138 intentos, que incluyen además de los rechazos y suspensiones, las entrevistas efectivas (400) y los no contactos con personas elegibles seleccionadas pero que no se encontraron en su domicilio al momento de la encuesta (562).

IV. Método y fecha de recolección de información

Se empleó un método de entrevistas telefónicas en números domiciliarios. Ninguna de las entrevistas se aplica en negocios u oficinas. Es requisito para hacer las encuestas que la persona seleccionada viva en el domicilio y que sea mayor de edad (18 años cumplidos o más).

Las fechas de realización del estudio son del 13 al 16 de octubre de 2017.

En el levantamiento participaron 18 encuestadores y 5 supervisores de campo, los cuales forman parte del personal del Departamento de Opinión Pública de Grupo Reforma. Para el estudio se capacitó a los encuestadores y a los supervisores para estandarizar las metodologías de selección del entrevistado y la aplicación del cuestionario.

V. El cuestionario o instrumentos de captación utilizados para generar la información publicada

El cuestionario empleado para la encuesta aborda temas directamente relacionados con la renuncia de Margarita Zavala al PAN. Las preguntas planteadas son: "¿La renuncia de Margarita Zavala beneficia o perjudica al Frente PAN-PRD-MC?", "¿A qué partido favorece más la renuncia de Margarita Zavala al PAN?".

VI. Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza

Los resultados de la encuesta sobre la Renuncia de Margarita Zavala al PAN se basan en las respuestas de 400 entrevistados mayores de edad y residentes en todo el territorio nacional. Con un nivel de confianza de 95 por ciento, el error de estimación absoluto teórico es de +/- 4.9 por ciento.

VII. Denominación del software utilizado para el procesamiento

La captura de la información recopilada se hizo a través del Sistema de Encuestas Telefónico de Grupo Reforma. El análisis de los resultados de la encuesta y la obtención de los estimadores se hizo utilizando el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, SPSS para Windows, versión 19.0.

VIII. Base de datos

Se adjunta a este documento el archivo de Excel con la base de datos de la encuesta sobre la renuncia de Margarita Zavala al PAN, publicada el 17 de octubre de 2017.

IX. Principales resultados

A continuación se incluyen los resultados de la encuesta sobre la renuncia de Margarita Zavala al PAN, y al final de este documento se adjunta la publicación tal cual apareció en su versión impresa en los medios de Grupo Reforma. Los resultados están calibrados a través de la técnica *raking* con base en la escolaridad según la población estimada por la Encuesta Intercensal INEGI 2015, así como por el vector multivariado formado por la distribución por sexo y edad de la población mexicana mayor de edad de acuerdo con la misma encuesta de INEGI.

RENUNCIA DE MARGARITA ZAVALA AL PAN

¿Cree que la renuncia de Margarita Zavala beneficia o perjudica al Frente PAN-PRD-MC, o no hace ninguna diferencia?

No hace diferencia	60%
Perjudica	25
Beneficia	9

¿A qué partido favorece más la renuncia de Margarita Zavala al PAN?

PRI	32%
Morena	30
PAN	17
Ninguno	10

PERCEPCIÓN

¿Considera acertada o equivocada la decisión de Margarita Zavala de renunciar al PAN para buscar ser candidata independiente?

Acertada	45%
Equivocada	42

¿Está de acuerdo o en desacuerdo con que Margarita Zavala se postule como candidata independiente para 2018?

De acuerdo	45%
En desacuerdo	44

¿Usted votaría por Margarita Zavala como candidata independiente o no votaría por ella?

No	49%
Sí	24
No sabe	27

ELECCIONES 2018

¿Quién tiene más posibilidades de ganar la Presidencia de la República en 2018?

Andrés Manuel López Obrador	29%
Ricardo Anaya como candidato del PAN-PRD-MC	18
Algún candidato del PRI	17
Margarita Zavala como candidata independiente	15

¿Quién cree que tenga más posibilidades de ganarle a López Obrador?

Ricardo Anaya como candidato del PAN-PRD-MC	37%
Margarita Zavala como candidata independiente	37
Ninguno	16

¿Quién cree que tenga más posibilidades de ganarle al PRI?

Ricardo Anaya como candidato del PAN-PRD-MC	38%
Margarita Zavala como candidata independiente	33
Ninguno	13

IMPACTO

¿Usted cree que es cierto o falso lo siguiente?

	Cierto	Falso
La salida de Margarita Zavala no afecta al PAN porque ese partido ya se unió al PRD y MC	55%	35%
La candidatura de Margarita Zavala como independiente beneficia al PRI	45	44
Margarita Zavala renunció al PAN porque tiene un acuerdo con el PRI	31	48

¿La renuncia de Margarita Zavala al PAN modifica su decisión de por quién votar para Presidente de la República en 2018 o no hace diferencia?

No hace diferencia	78%
Sí la modifica	16

CANDIDATURAS INDEPENDIENTES

¿Qué tanta confianza tiene en las candidaturas independientes?

Poca/ nada	66%
Mucha/ algo	27

¿Aprueba o desaprueba que los políticos que no consiguen ser candidatos dentro del partido en que militan, busquen ser candidatos...?

	Aprueba	Desaprueba
Por la vía independiente	37%	55%
Por otro partido	27	70

X. Autoría y financiamiento

El costo, realización y publicación de la encuesta son responsabilidad de Grupo Reforma. La autoría, el diseño y realización de la encuesta están a cargo del Departamento de Opinión Pública de Reforma.

Denominación social: Consorcio Interamericano de Comunicación S.A. de C.V. Los documentos que acreditan su constitución y razón social se anexaron para cotejo y devolución en el informe de diciembre de 2014.

Dirección: Av. México Coyoacán No. 40, Col. Santa Cruz Atoyac, Del. Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03310, México. Teléfono: (55) 5628-7100. Correo electrónico: opinion publica@reforma.com

XI. Recursos económicos/ financieros aplicados

Al contar el Grupo Reforma con su propio Departamento de Opinión Pública, los costos de realización y publicación del estudio son únicamente operativos. La erogación o costo total asciende a la cantidad de \$6,000 (Seis mil pesos 00/100 M.N.). Dicha cantidad no considera el diseño del cuestionario, el diseño de la muestra, la capacitación a encuestadores, la supervisión, el proceso y captura de la información, y el análisis de la encuesta, lo cual es parte de los gastos operativos del diario.

XII. Experiencia profesional y formación académica

El periódico REFORMA ha contado con su propio Departamento de Investigación de Opinión Pública desde sus inicios en 1993. Desde entonces se han hecho cientos de encuestas electorales para publicación en el diario, cubriendo todos los procesos federales y la mayoría de las elecciones estatales, siendo el medio en México con mayor arraigo y tradición en encuestas tanto electorales como de diversas temáticas de opinión pública. Al no depender del financiamiento de terceros, las encuestas de Grupo Reforma son completamente independientes.

El diseño y análisis de la encuesta es interno al Departamanto y los realizan profesionales con grados académicos de licenciatura en áreas como Comunicación, Periodismo y Ciencia Política, una Maestría en Ciencias Matemáticas y un Doctorado en Ciencia Política. La responsable del Departamento de Opinión Pública es Elda Lorena Becerra Mizuno, de quien se anexa información curricular a este documento.