



**Encuesta Nacional en México sobre las
Reformas a las Leyes de Telecomunicaciones
y de Seguimiento a la Reforma Electoral**

1-2 de Octubre de 2007

INSTITUTO DE MERCADOTECNIA Y OPINION (IMO)



Vitrina Metodológica



Instituto de Mercadotecnia y Opinión • *Institute of Marketing and Opinion*

IMO: Miembro y Representante en México del ISSP

1-2 de Octubre de 2007



VITRINA METODOLOGICA

RESPONSABLE Y ELABORADOR DEL ESTUDIO:
INSTITUTO DE MERCADOTECNIA Y OPINION (IMO)

UNIVERSO DE ESTUDIO:	Ciudadanos de Los Estados Unidos Mexicanos que cuentan con teléfono en su vivienda
OBJETIVOS DEL ESTUDIO:	Conocer la percepción de los Ciudadanos en torno a: <ol style="list-style-type: none">1. La remoción de los consejeros del IFE en el marco de la reforma electoral constitucional.2. La próxima reforma a la ley de radio y televisión y3. La próxima reforma a las leyes relativas a la industria de telecomunicaciones.
POBLACION TOTAL:	105' 790,725 Población estimada 2007. Fuente: CONAPO.
APLICACIÓN DE LA ENCUESTA:	1 y 2 de octubre de 2007
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	1,000 casos
TÉCNICA DE MUESTREO:	Muestreo Aleatorio Estratificado Polietápico
TÉCNICA DE LEVANTAMIENTO DE CAMPO:	Telefónica en hogares garantizando el anonimato del entrevistado
CONFIABILIDAD ESTADISTICA:	95 %
GRADO DE ERROR ESTADISTICO:	+/- 3 %

DATOS IMO:

Teléfonos: GDL 01 (33) 3915 2626 | Lada sin costo: 01 800 087 2626
<http://www.imocorp.com.mx>



Instituto de Mercadotecnia y Opinión • Institute of Marketing and Opinion

IMO: Miembro y Representante en México del ISSP

1-2 de Octubre de 2007



Resultados Gráficos



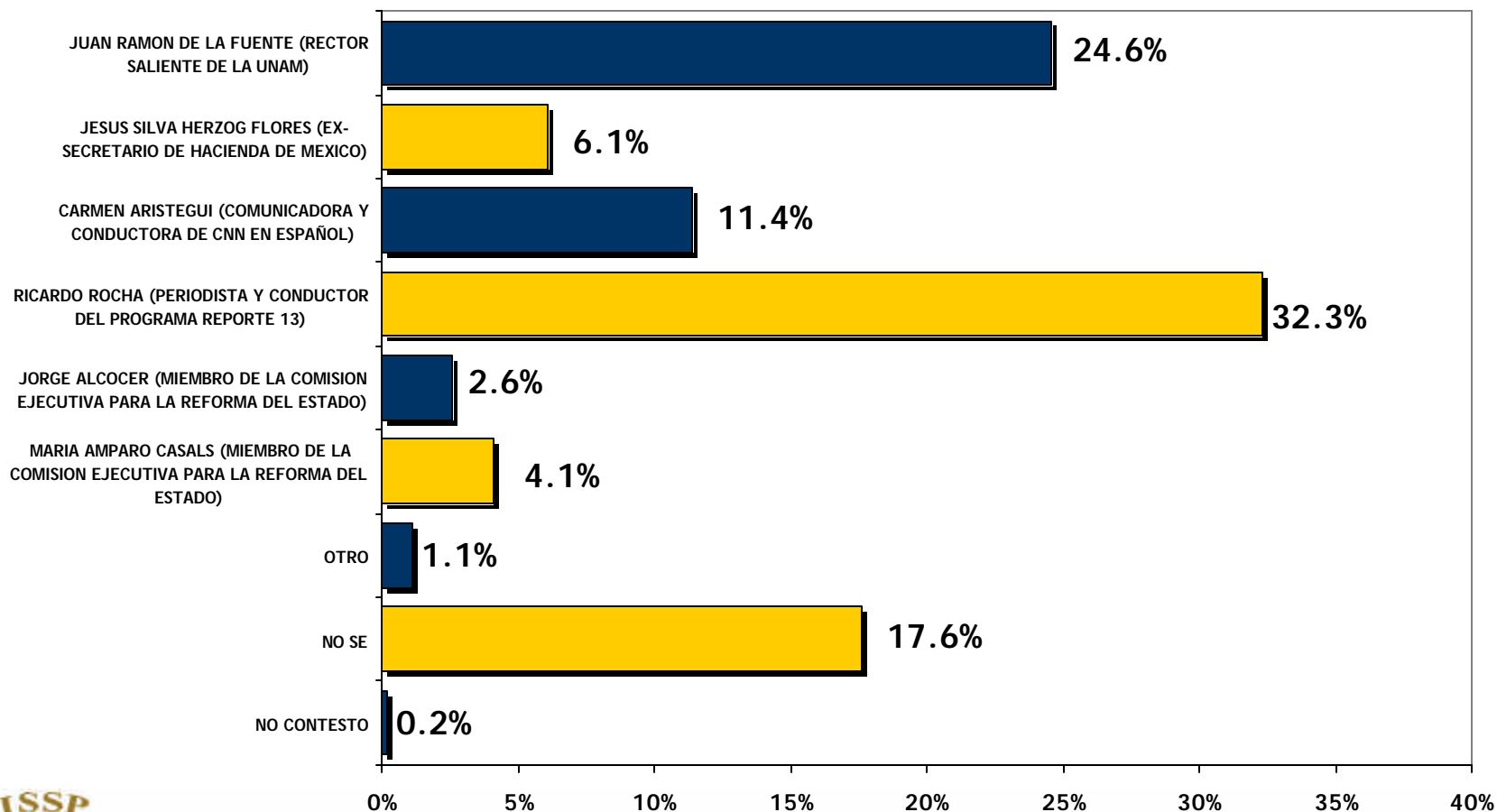
Instituto de Mercadotecnia y Opinión • *Institute of Marketing and Opinion*

IMO: Miembro y Representante en México del ISSP

1-2 de Octubre de 2007

EN EL MARCO DE LA REFORMA ELECTORAL CONSTITUCIONAL SE ESTABLECE LA SALIDA DE TRES CONSEJEROS DEL IFE, ENTRE ELLOS SU PRESIDENTE LUIS CARLOS UGALDE. ¿DE LAS SIGUIENTES PERSONAS, USTED A QUIEN CONSIDERA CON MAYOR CALIDAD MORAL Y LIDERAZGO PARA SER EL NUEVO PRESIDENTE DEL IFE?

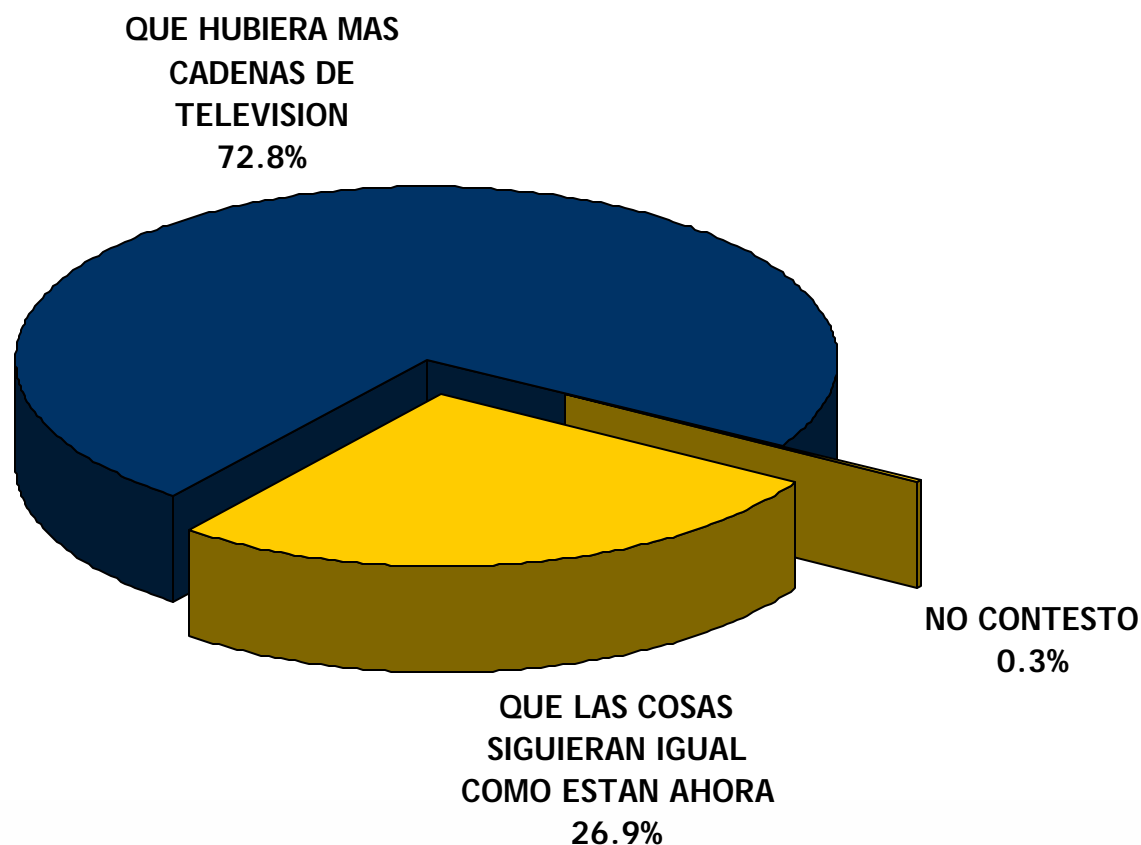
REPUBLICA MEXICANA



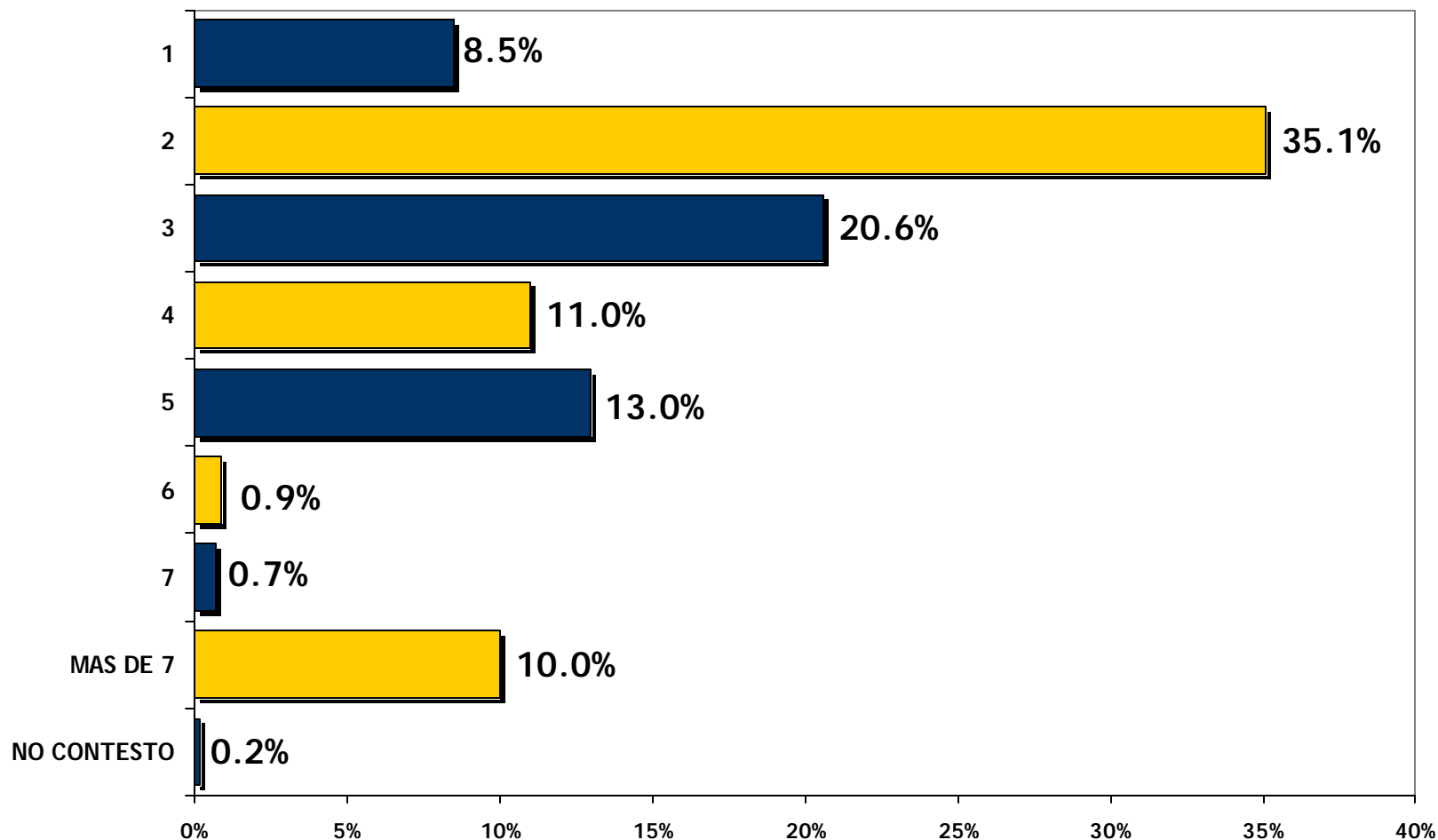
EN MEXICO A NIVEL NACIONAL 2 CADENAS DE TELEVISION ABIERTA CONTROLAN ESA INDUSTRIA MIENTRAS QUE LA RADIO ESTA CONTROLADA POR APROXIMADAMENTE 10 CADENAS. SI SU OPINION FUESE TOMADA EN CUENTA PARA REFORMAR LA LEY RESPECTIVA, ¿USTED QUE PROPONDRIA?

REPUBLICA MEXICANA

EN TELEVISION:



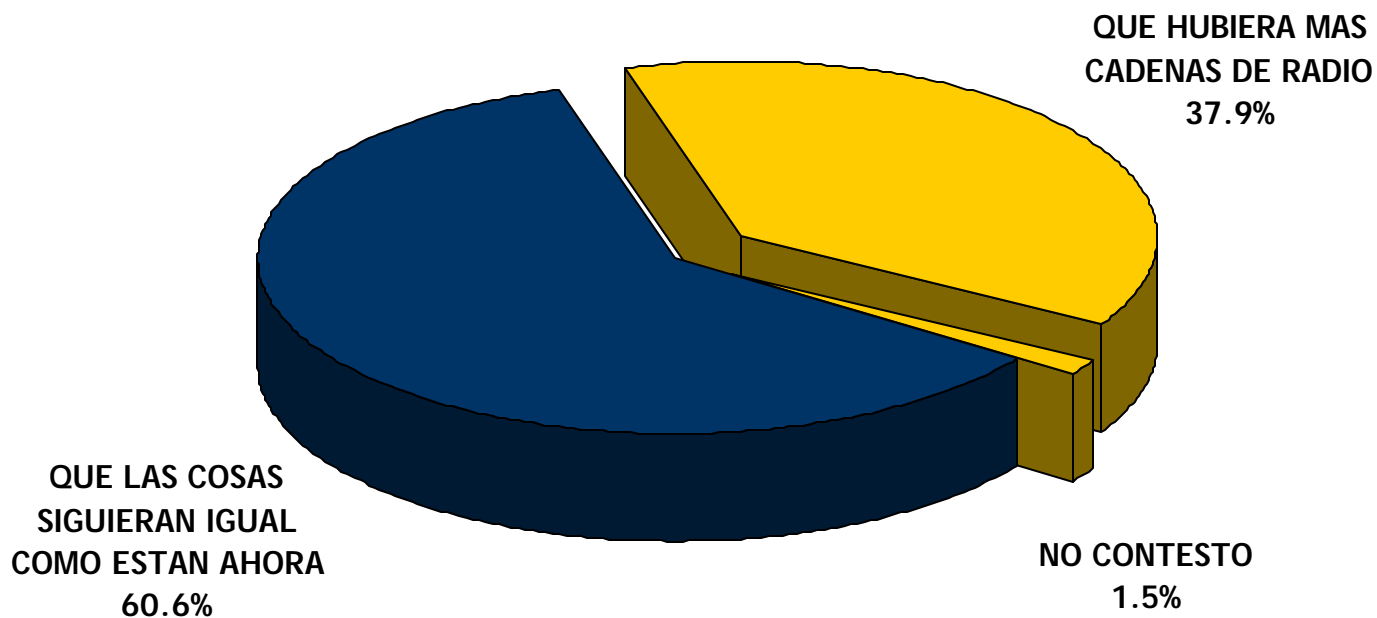
¿CUANTAS MAS?
(72.8% DE LA POBLACION QUE PROPONDRIA QUE HUBIERA
MAS CADENAS DE TELEVISION ABIERTA)
REPUBLICA MEXICANA



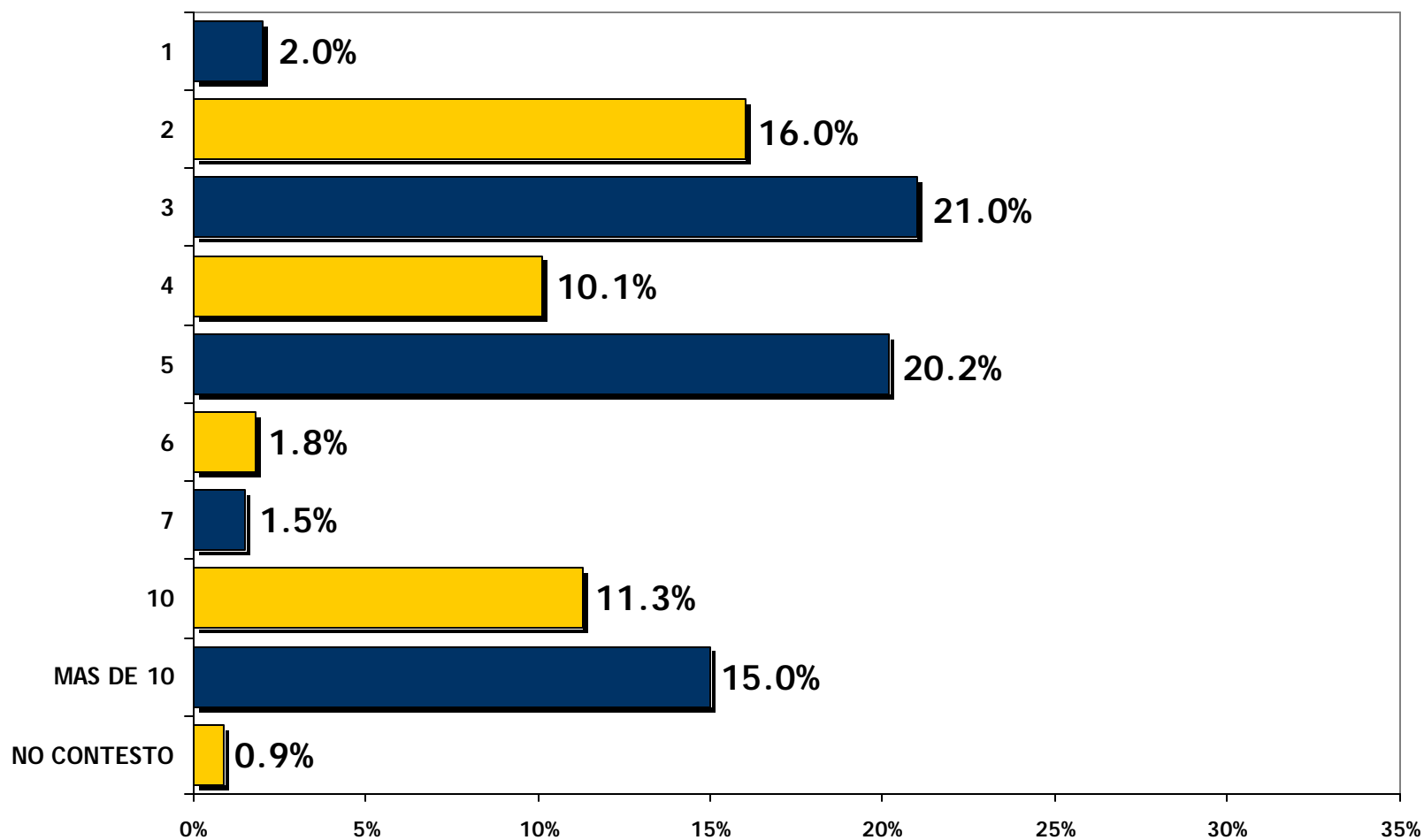
EN MEXICO A NIVEL NACIONAL 2 CADENAS DE TELEVISION ABIERTA CONTROLAN ESA INDUSTRIA MIENTRAS QUE LA RADIO ESTA CONTROLADA POR APROXIMADAMENTE 10 CADENAS. SI SU OPINION FUESE TOMADA EN CUENTA PARA REFORMAR LA LEY RESPECTIVA, ¿USTED QUE PROPONDRIA?

REPUBLICA MEXICANA

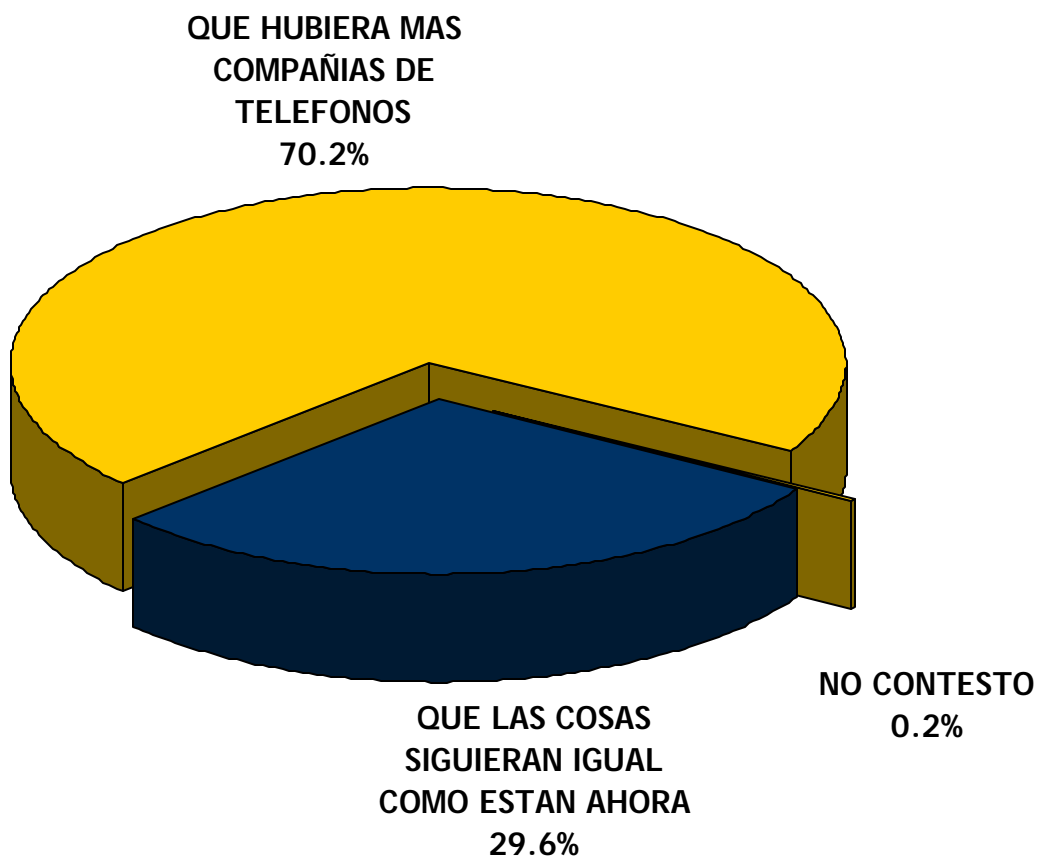
Y EN RADIO:



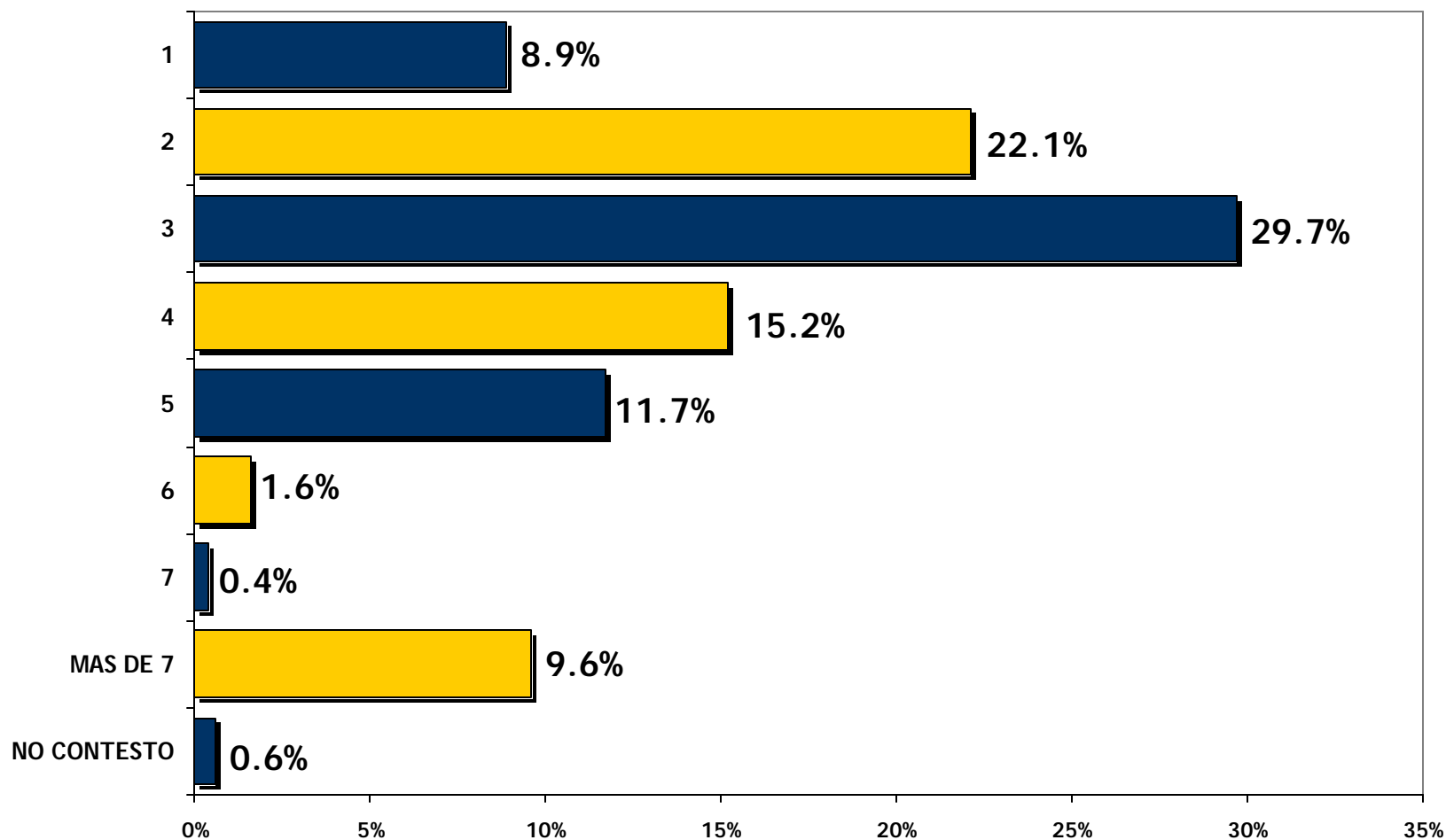
¿CUANTAS MAS?
(37.9% DE LA POBLACION QUE PROPONDRIA QUE HUBIERA MAS CADENAS DE RADIO)
REPUBLICA MEXICANA



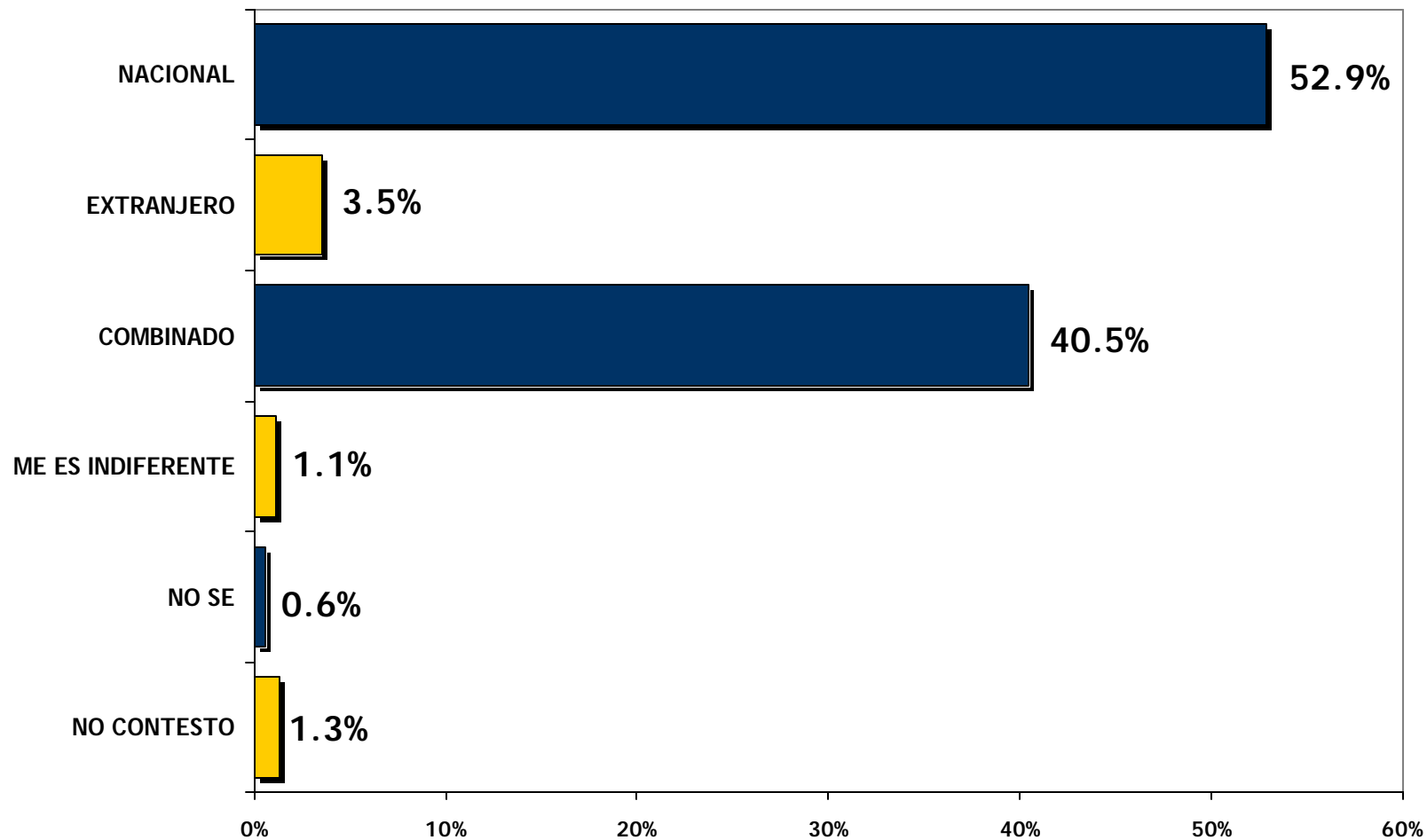
EN MEXICO A NIVEL NACIONAL, EN MATERIA DE TELEFONIA UNA SOLA COMPAÑIA CONTROLA ESA INDUSTRIA. SI SU OPINION FUESE TOMADA EN CUENTA PARA REFORMAR LAS LEYES RESPECTIVAS, ¿USTED QUE PROPONDRIA?
REPUBLICA MEXICANA



¿CUANTAS MAS?
(70.2% DE LA POBLACION QUE PROPONDRIA QUE HUBIERA MAS COMPAÑIAS DE TELEFONOS)
REPUBLICA MEXICANA



**POR ULTIMO, ACERCA DE LA PROCEDENCIA DEL CAPITAL PARA
LAS NUEVAS COMPAÑIAS DE TELEVISION, RADIO Y TELEFONOS,
¿DE DONDE LE GUSTARIA MAS QUE FUERA?
REPUBLICA MEXICANA**





Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO)

Gabrielle D' Annunzio 5094 • Col Jardines Vallarta • CP 45027 • Zapopan, Jalisco
Teléfono: GDL 01 (33) 3915 2626 • Lada sin costo: 01 800 087 2626
<http://www.imocorp.com.mx> • imo@imocorp.com.mx

Países y miembros del Programa Internacional de Encuestas Sociales (ISSP)

<http://www.issp.org>

Australia: Australian National University, Centre for Social Research, Research School of Social Sciences, **Austria:** University of Graz, Institute of Sociology, **Belgium–Belgica:** Vlaamse Overheid, Studiedienst van de Vlaamse Regering, Institut wallon de l'évaluation, de la prospective et de la statistique (IWEPS), **Brazil–Brasil:** Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, **Bulgaria:** Agency for Social Analices, **Canada:** Carleton University Survey Centre, **Chile:** Centro de Estudios Públicos, **China:** Survey Research Center, Hong Kong University of Science and Technology, Department of Sociology, Renmin University of China, **Croatia–Croacia:** Institute for social research, Zagreb, **Cyprus–Chipre:** Cyprus College, Center of Applied Research, **Czech Republic–República Checa:** Institute of Sociology, Academy of Sciences of the Czech Republic, **Denmark - Dinamarca:** Department of Economics, Politics, and Public Administration, Aalborg University, **Dominican Republic–República Dominicana:** Fundacion Global Democracia y Desarrollo (FUNGLODE), **Finland–Finlandia:** University of Tampere, Finnish Social Science Data Archive, **France–Francia :** FRANCE-ISSP Association : Centre de Recherche en Economie et Statistique; Laboratoire de Sociologie Quantitative ; CIDSP Centre d'Informatisation des Données Socio-Politiques ; Institut d'Etudes Politiques de Grenoble, Domaine Universitaire; OFCE Observatoire Français des Conjonctures Economiques ; Centre Maurice Halbwachs, **Germany–Alemania:** ZUMA Zentrum für Umfragen, Methoden und Analicen, **Great Britain–Gran Bretaña:** National Centre for Social Research, **Hungary–Hungría:** TÁRKI RT - Social Research Institute, **Ireland–Irlanda:** University College Dublin, SSRC Social Science Research Centre, **Israel:** Tel Aviv University, The B. I. Cohen Institute for Public Opinion Research, **Japan–Japón:** NHK, Broadcasting Culture Research Institute, Public Opinion Research Division, Kwansai Gakuin University, School of Sociology, **Latvia–Letonia:** University of Latvia, Institute of Philosophy and Sociology, **Mexico:** Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO), **Netherlands–Holanda, Países Bajos:** Faculty of Social Sciences, Vrije Universiteit, **New Zealand–Nueva Zelanda:** Department of Marketing, Massey University, **Norway–Noruega:** Norwegian Social Science Data Services **SECRETARIAT ISSP, Philippines–Filipinas:** Social Weather Stations, **Poland–Polonia:** University of Warsaw, Institute for Social Studies (ISS), **Portugal:** Universidade de Lisboa, Instituto de Ciências Sociais, **Russia:** Levada Center, **Slovakia–Eslovaquia:** Institute for Sociology, Slovak Academy of Sciences, Department of Sociology, Comenius University Bratislava, **Slovenia–Eslovenia:** University of Ljubljana, Public Opinion and Mass Communications, Research Centre Faculty for Social Sciences, **South Africa–Sudáfrica:** Human Science Research Council (HSRC), **South Korea–Corea del Sur:** Sungkyunkwan University, Survey Research Center, **Spain–España:** CIS Centro de Investigaciones Sociológicas; ASEP Análisis Sociológicos, Económicos y Políticos, **Sweden–Suecia:** University of Umeå, Dept. of Sociology, **Switzerland–Suiza:** SIDOS Swiss Information and Data Archive for the Social Sciences, **Taiwan:** Academia Sinica, Institute of Sociology & Center for Survey Research, **Turkey–Turquia:** Istanbul Policy Center, **United States–Estados Unidos de Norte America:** Harvard University, Sociology, NORC National Opinion Research Center, **Uruguay:** University of Uruguay, Departments of Economics, Faculty of Social Sciences, University of Uruguay, Institute of Statistics, Faculty of Economics and Administration, **Venezuela:** LACSO Laboratorio de Ciencias Sociales