



ASÍ VAN...

ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012 EN MÉXICO

FEBRERO 2012

A.- CONTEXTO.

B.- OPINIÓN DE PARTIDOS

C.-ASPIRANTES.

D.- PREFERENCIAS.

D.1.- PERFIL DE LAS PREFERENCIAS.

D.2.- SEGURIDAD DEL VOTO.

D.3.- VOTO ESTRATÉGICO.

E.- PREFERENCIA PARA DIPUTADO FEDERAL

F.- EXPECTATIVA

G.- ¿PRONÓSTICO?

H.- DISTRITO FEDERAL

ANEXO.

METODOLOGÍA.

TRACKING POLL ROY CAMPOS Es la herramienta perfecta y más económica para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que requiera para la generación de su propio producto. Para conocer más acerca del **TRACKING POLL ROY CAMPOS** y la forma de contratar consulte la metodología al final de este documento.

ADVERTENCIA: Como toda encuesta de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de ánimo y las percepciones de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser pronósticos, predicciones o vaticinios, todas las preguntas sin excepción son sólo un indicador de la situación presente en el momento de llevar a cabo el levantamiento de las entrevistas, nada garantiza que los resultados del presente informe sea los que prevalezcan a través del tiempo.

Distrito Federal, México • Tel. +52 (55) 55.43.59.69 • **San Salvador, El Salvador** • Tel. +503 22.83.88.18 •
Aguascalientes, México • Tel. +52 (449) 912.76.11 • **San Antonio, USA** • Tel. +1 (210) 541.89.23 •

CONSULTE GRATIS EN www.consulta.com.mx

PUBLICACIÓN TRIMESTRAL

EVALUACIÓN DE GOBIERNO
FELIPE CALDERÓN

ECONOMÍA, SEGURIDAD, POLÍTICA
PROBLEMÁTICA PERCIBIDA
APROBACIÓN DE GOBIERNO
RUMBO DEL PAÍS

OTROS ESTUDIOS

- ✓ OBAMA: SU IMAGEN EN MÉXICO
- ✓ MEXICANOS Y SU CONTACTO CON LA ILEGALIDAD
- ✓ ORGULLOS DEL MEXICANO
- ✓ LOS DEPORTES CON MÁS AFICIÓN
- ✓ DIFERENCIAS ENTRE SOLTEROS Y CASADOS
- ✓ EL MEXICANO Y SU DESEO DE CAMBIO
- ✓ MODA Y VANIDAD
- ✓ CREDENCIAL ÚNICA DE IDENTIFICACIÓN PARA MENORES DE EDAD...
- ✓ Y MUCHOS MÁS

PUBLICACIÓN QUINCENAL

2012
LA ELECCIÓNPREFERENCIAS
CIUDADANAS

*La
referencia*

www.consulta.mx



Consúltelo en www.consulta.mx

ASÍ VAN...

ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012 EN MÉXICO

FEBRERO 2012

Por: Roy Campos / [CONSULTA MITOFSKY](#)

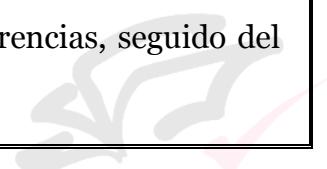
RESULTADOS A DESTACAR

- ✓ Se mantiene en 10% el porcentaje de mexicanos “muy interesados” en política, valor inferior a los porcentajes de 2003-2006, donde incluso se alcanzó el 19%.
- ✓ El PRI se mantiene con la mejor calificación al obtener 36% de opiniones positivas y 22% de negativas; le sigue el PAN con 31% de opiniones positivas frente a 28% de negativas; los demás tienen saldos negativos siendo el mejor el PVEM (-11%) y después el PRD (-19%).
- ✓ De los candidatos que se pueden evaluar en la opinión ciudadana todos presentan entre los seguidores de sus partidos una gran aceptación, lo que habla de que consolidan el voto duro. Peña Nieto es el mejor calificado con 37% de opiniones positivas; le sigue Vázquez Mota que capta exactamente las mismas opiniones favorables que López Obrador, aunque al tener menos rechazo sale con un mejor saldo.
- ✓ **Peña Nieto se mantiene en el primer lugar como aparece desde hace años con el 40% de las preferencias, seguido de Josefina Vázquez Mota con 25% y López Obrador con 17%; en el caso de Gabriel Quadri, medido a sólo unos días de su nominación y sin posibilidad de hacer campaña ni precampaña hasta el próximo 30 de marzo, apenas alcanza el 1%, y el 17% no respondió a la pregunta electoral.**



- ✓ Si eliminamos a ese 17% de mexicanos que no declaran su intención de voto Peña Nieto alcanza el 48.5% de esas preferencias, seguido de 29.5% de Josefina y 21% de López Obrador, dejando en 1% a Gabriel Quadri.
- ✓ Comparando el resultado de esta medición con las dos últimas, significa que los últimos 15 días de precampaña nos ofrecieron pocos movimientos; los 2 candidatos con mayor preferencia crecieron unas décimas a costa de quien va en tercer lugar y de los que no declaran preferencia. Al iniciar el periodo de “intercampañas” aparecen ubicados en 1er lugar de las preferencias Peña Nieto, en segundo lugar Vázquez Mota y en tercero López Obrador.
- ✓ Más de 1 de cada 3 simpatizantes de López Obrador son ciudadanos mayores de 50 años; por el contrario, las edades intermedias, de 30 a 49 años, son las que más están presentes en los simpatizantes por Vázquez Mota y Peña Nieto. Casi la mitad de quienes prefieren a López Obrador habitan el centro del país, lugar donde se encuentran las dos entidades de mayor padrón, DF y Estado de México
- ✓ Más de 9 de cada 10 ciudadanos que prefieren hoy a Vázquez Mota también dicen estar de acuerdo en la forma de gobernar de Felipe Calderón; en cambio entre quienes votan por Peña Nieto o por López Obrador la aprobación presidencial no llega al 40%.
- ✓ Casi 2 de cada 3 simpatizantes de la candidata del PAN opinan que el país va por el rumbo correcto (lo que es natural ya que es abanderada por el partido en el gobierno).
- ✓ De quienes dicen tener una decisión tomada de voto, en general entre 76 y 78% dice que esta ya no cambiará de aquí al día de la elección.
- ✓ Quienes hoy prefieren a Enrique Peña Nieto tienen hoy mayor inclinación a apoyar a Josefina Vázquez Mota que a López Obrador aunque no contundentemente; quienes por el contrario hoy prefieren a Vázquez Mota se inclinan más Peña Nieto que por López Obrador pero si en una proporción de casi 3 a 1. Y en el caso de quienes hoy dicen preferir a López Obrador existen similitudes entre quienes dicen optar por Peña Nieto y los que verían a Vázquez Mota como una opción.

- ✓ Al terminar las “precampañas” y aun en proceso la selección de candidatos al legislativo, el PRI y su aliado el PVEM encabezan las preferencias con el 34% de ellas, le sigue el PAN con 22% y la unión de partidos de izquierda con 17%.
- ✓ Cuando se convierten las preferencias anteriores a una preferencia “efectiva” la alianza alrededor del PRI tendría un porcentaje de 46% que de conservarse lo colocaría en posición de mayoría absoluta (situación nada fácil y que no se presenta desde la elección de 1994); el PAN tendría 30% y las izquierdas unidas el 22%. El PANAL llegaría a 1.6% cerca de conservar el registro cuando aun no hace campaña.
- ✓ Respecto al voto que se ejercerá el 1º. de julio para Presidente y diputado, llega a 58% el porcentaje que afirma votará por el mismo partido y solo 22% que votará en forma diferenciada
- ✓ Cuando comparamos 3 preguntas: la identidad que despierta cada instituto político, la preferencia para diputado y la preferencia para Presidente, 20% dice simpatizar por el PAN mientras Vázquez Mota genera el 25% de preferencias; de manera similar el 12% simpatiza por alguno de los partidos de izquierda cuando López Obrador llega al 17%, es decir, cada uno de ellos incrementa en 5 puntos porcentuales la fuerza de sus partidos. En el caso del PRI y el PVEM, tienen 29% de las simpatías con un candidato que llega al 40%, es decir, Peña Nieto le representa en estos momentos 11 puntos porcentuales.
- ✓ Al hacer comparaciones con otras contiendas y otras encuestas con preferencias “efectivas” en febrero de 2000 había una ventaja de 7 puntos del entonces candidato del PRI Francisco Labastida; después en 2006, la ventaja de López Obrador era de 9 puntos (sólo 7 si vemos el promedio de 5 encuestas levantadas ese mes), y el día de hoy, nuestra encuesta marca 19 puntos de ventaja para Peña Nieto (o 21 puntos si se promedia esta encuesta con la de El Universal, OEM y GEA-ISA).
- ✓ En el Distrito Federal Miguel Mancera acumula el 42% de las preferencias, seguido del 19% de Beatriz Paredes y 16% de Isabel Miranda de Wallace.



INTRODUCCIÓN.

Ya hay candidatos, hace 3 meses, en el reporte de noviembre de 2011 aún no iniciaba la precampaña pero ya PRI, PRD, PVEM, PT, MC y PANAL habían decidido quien sería su candidato (posteriormente PANAL rompe la alianza con el PRI y cambia su candidato, perdiendo por ello la oportunidad de los 45 días de promoción que dan las precampañas). Hoy ya terminó ese periodo y conocemos los nombres de 3 candidatos y 1 candidata que aparecerán en las boletas y que iniciarán campañas formalmente el 30 de marzo de 2012. (Los partidos tienen hasta el 30 de mayo si desean cambiar de candidato).

Los últimos acontecimientos que pudieron haber afectado las preferencias electorales se listan a continuación:

- 1) Inician las precampañas el 18 de diciembre de 2011 y con ellas spots políticos de las 6 de la mañana a las 12 de la noche en estaciones de radio y televisión de todo el país, periodo que finalizó el 15 de febrero.
- 2) Se anula la elección de la alcaldía de Morelia a finales de diciembre, elección que había ganado el PRI por escaso margen y que se volverá a realizar el 1 de julio.
- 3) Se rompe la alianza PRI y PANAL y este último postula como su candidato a Gabriel Quadri de la Torre.
- 4) Para las entidades: en el DF Miguel Mancera es candidato de la Izquierda, en el PAN postulan a Isabel Miranda de Wallace y en el PRI se perfila Beatriz Paredes. Renuncia en Chiapas la Senadora María Elena Orantes del PRI para buscar la gubernatura por el PRD. El PAN ya tiene candidatos en Jalisco (Fernando Guzmán), Yucatán (Joaquín Díaz Mena) y Guanajuato (Miguel Márquez). El PRI por su parte nominó candidatos a las gubernaturas de Jalisco (Jorge Aristóteles Sandoval); Tabasco (Jesús Ali); Yucatán (Rolando Zapata) y Morelos (Amado Orihuela).

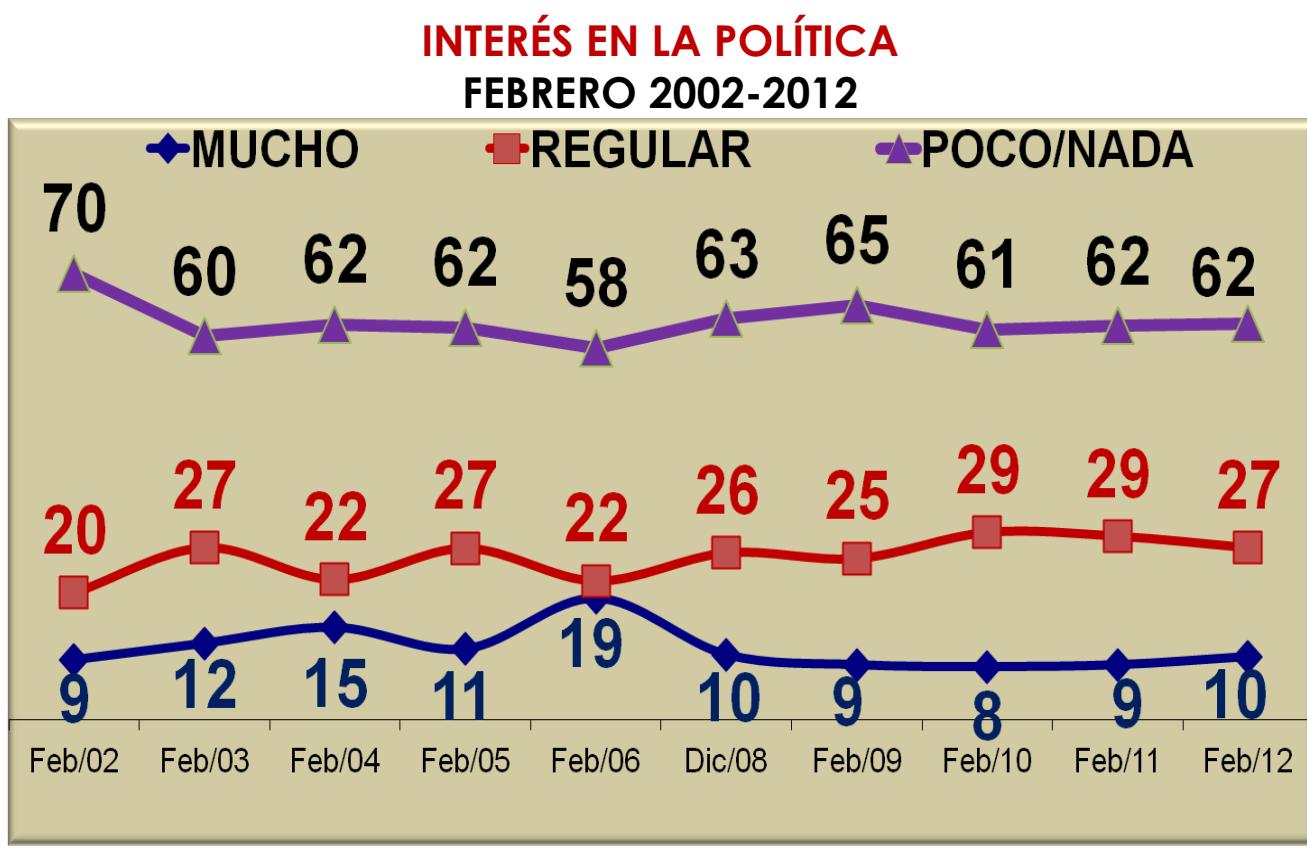
- 5) Los partidos avanzan en sus procesos para tener candidatos a senadores, diputados y alcaldes donde se renovarán esas autoridades.
- 6) Fue sustituido el titular de la Fiscalía para Delitos Electorales (FEPADE) por Imelda Calvillo.
- 7) Inició el periodo de “intercampaña” del 16 de febrero al 29 de marzo, en medio de indefiniciones y confusiones de medios, partidos y candidatos.

Con todas estas consideraciones los principales resultados se describen a continuación:

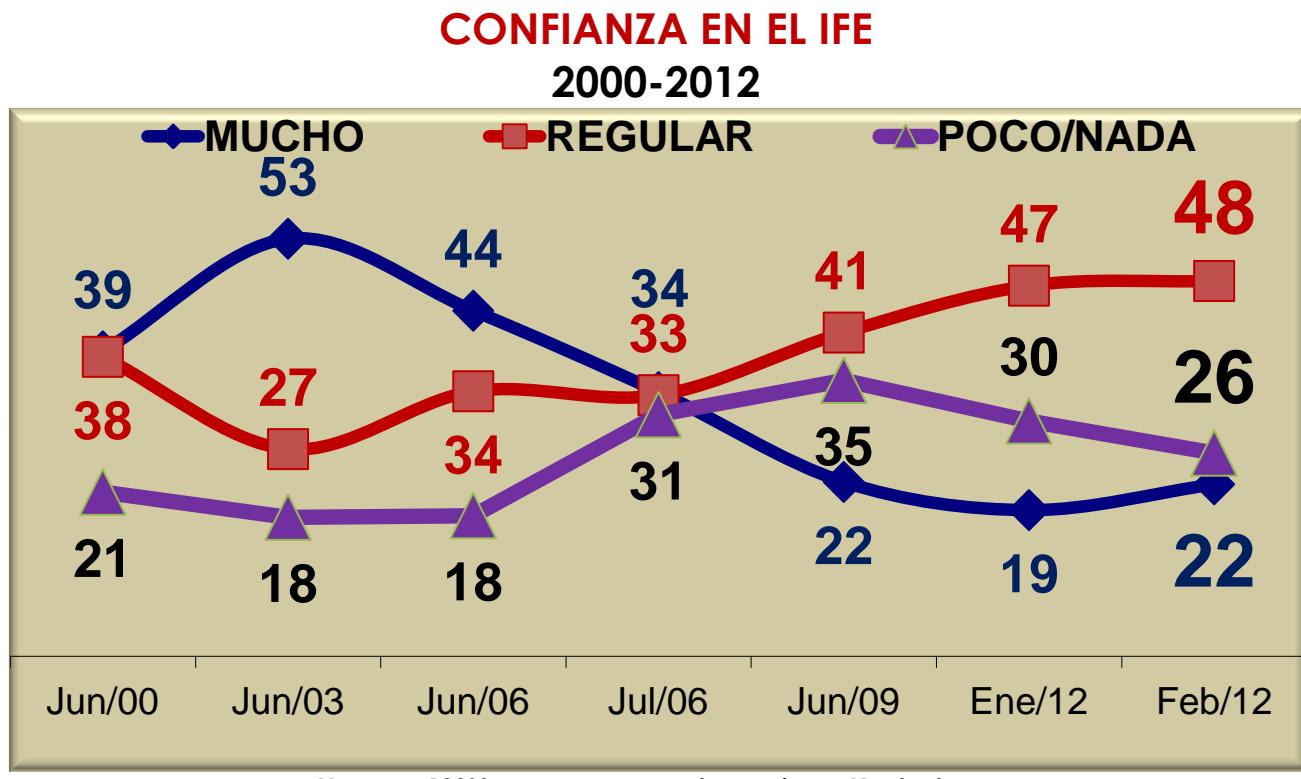


A. CONTEXTO

- ✓ Se mantiene en 10% el porcentaje de mexicanos “muy interesados” en política, valor inferior a los porcentajes de 2003-2006, donde incluso se alcanzó el 19%.



- ✓ La confianza en el Instituto Federal Electoral (IFE) subió ligeramente de 19% a 22% alcanzando la cifra con la que se llegó a la elección hace 3 años, aun por abajo del 44% que alcanzaba este valor hace 6 años y del 39% de la del 2000.



B. –OPINIÓN DE PARTIDOS

- ✓ De los 7 partidos con registro el PRI se mantiene con la mejor calificación al obtener 36% de opiniones positivas y 22% de negativas; le sigue el PAN con 31% de opiniones positivas frente a 28% de negativas; los demás tienen saldos negativos siendo el mejor el PVEM (-11%) y después el PRD (-19%).

IMAGEN DE PARTIDOS

FEB/12	OPINIÓN				SALDO DE OPINIÓN
	BUENA	REGULAR	MALA	NC	
PRI	36.2	37.5	21.5	4.8	14.7
PAN	30.5	37.3	27.6	4.6	2.9
PVEM	14.5	41.1	25.3	19.1	-10.8
PRD	18.5	37.9	37.1	6.5	-18.6
MOV. CIUDADANO	18.5	37.9	37.1	6.5	-20.1
PANAL	18.5	37.9	37.1	6.5	-21.0
PT	10.6	35.4	35.0	19.0	-24.4



C. ASPIRANTES

- ✓ Se midió la popularidad de los 4 candidatos designados por los 7 partidos para aparecer en las boletas presidenciales; en el caso de Gabriel Quadri el bajo nivel de conocimiento impide conocer las opiniones que genera, eso lo podremos ver más adelante, pero de los otros 3 todos ya son muy conocidos, Josefina Vázquez Mota está ya a punto de alcanzar el 90% de reconocimiento de nombre.
- ✓ De los candidatos que se pueden evaluar en la opinión ciudadana todos presentan entre los seguidores de sus partidos una gran aceptación, lo que habla de que consolidan el voto duro. Pero enfrentados a todos los ciudadanos, sin diferenciar la identidad partidista, Peña Nieto es el mejor calificado con 37% de opiniones positivas; le sigue Vázquez Mota que capta exactamente las mismas opiniones favorables que López Obrador, aunque al tener menos rechazo sale con un mejor saldo.

POPULARIDADES COMPARADAS (Ordenada por conocimiento del nombre)

Feb/12	% QUE LO CONOCE	OPINIÓN						SALDO OPINIÓN	
		POSITIVA	REGULAR	NEGATIVA	NO OPINA	NO LO CONOCE	TOTAL	TODOS	SU PARTIDO
ANDRÉS M. LÓPEZ O.	97.6	23.2	31.8	33.1	8.1	2.4	100.0	-9.9	77.6
ENRIQUE PEÑA NIETO	96.5	37.4	33.6	16.3	7.3	3.4	100.0	21.1	74.6
JOSEFINA VÁZQUEZ MOTA	85.6	23.2	34.0	10.5	12.2	14.4	100.0	12.7	68.6
GABRIEL QUADRI*	1.6	--	--	--	--	--	--	--	--

* Al ser conocido por menos del 2% no hay información suficiente para evaluar la opinión que genera.

D. PREFERENCIAS

- ✓ Ahora que ya podemos medir las preferencias electorales poniendo en la boleta a los 4 candidatos presidenciales, el primer resultado que obtenemos es que Peña Nieto se mantiene en el primer lugar como aparece desde hace años con el 40% de las preferencias, seguido de Josefina Vázquez Mota con 25% y López Obrador con 17%; en el caso de Gabriel Quadri, medido a sólo unos días de su nominación y sin posibilidad de hacer campaña ni precampaña hasta el próximo 30 de marzo, apenas alcanza el 1%, y el 17% no respondió a la pregunta electoral.

PREFERENCIA ELECTORAL PARA LA PRESIDENCIA DE MÉXICO FEBRERO 2012 Preferencia “bruta”



Nota: Como todo estudio de opinión, los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población al momento de la aplicación de las entrevistas, no pretenden ser ni un pronóstico ni una sentencia. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta, nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral, y por lo tanto los resultados no tienen porqué replicarse.



- ✓ Si eliminamos a ese 17% de mexicanos que no declaran su intención de voto sólo para estimar una preferencia “efectiva” (lo que permite después comparar con otras encuestas similares) vemos que Peña Nieto alcanza el 48.5% de esas preferencias, seguido de 29.5% de Josefina y 21% de López Obrador, dejando en 1% a Gabriel Quadri.

PREFERENCIA ELECTORAL PARA LA PRESIDENCIA DE MÉXICO FEBRERO 2012 Preferencia “efectiva”

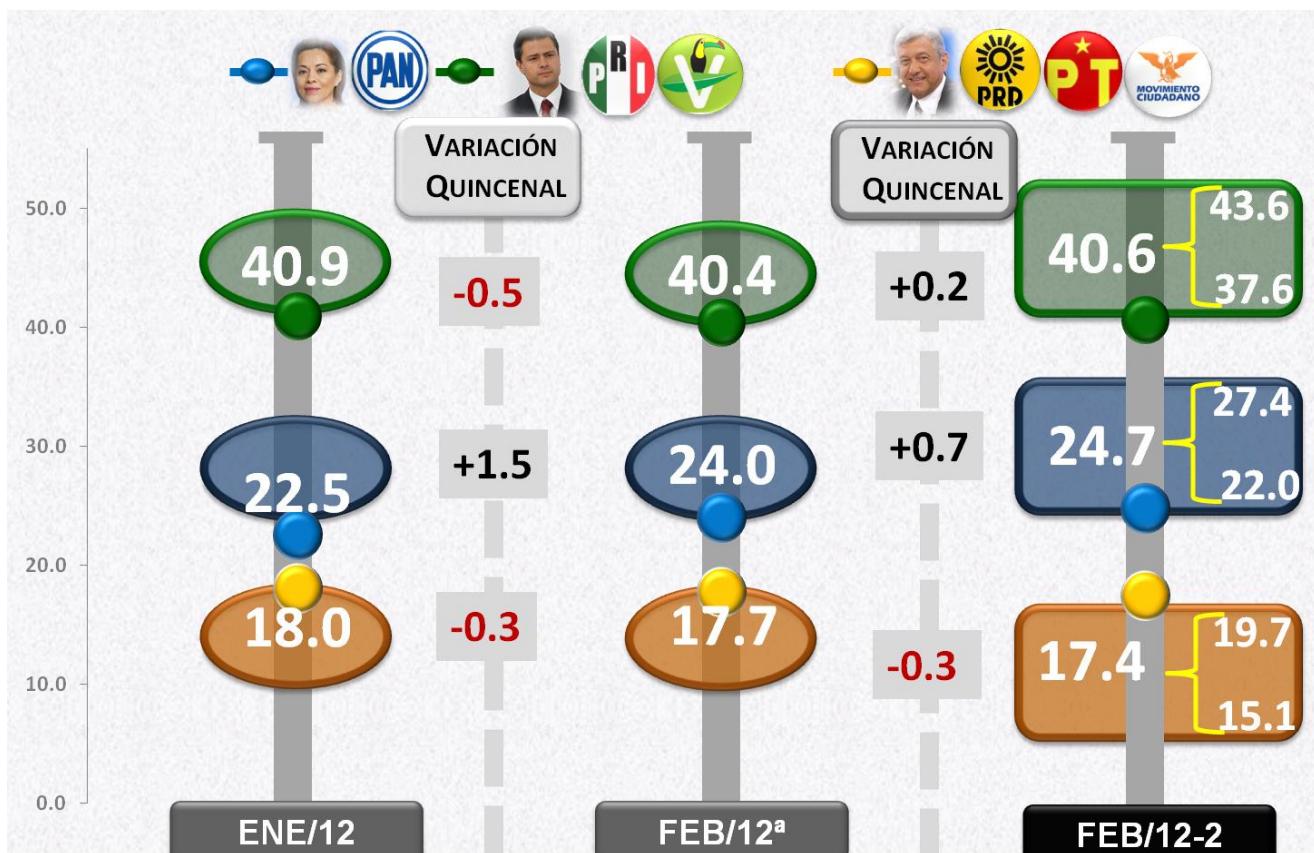


*Normalmente esta grafica no presenta decimales, se anotaron en dos casos para respetar la distancia entre lugares 1 y 2 de preferencia; para ver el cálculo de la preferencia efectiva ver página 35"



- ✓ El resultado anterior, comparado con las dos últimas mediciones significa que los últimos 15 días de precampaña nos ofrecieron pocos movimientos; los 2 candidatos con mayor preferencia crecieron unas décimas a costa de quien va en tercer lugar y de los que no declaran preferencia, y al ver la no intersección de los intervalos de confianza al 95%, concluimos que por lo pronto, al iniciar el periodo de "intercampañas" aparecen ubicados en 1er lugar de las preferencias Peña Nieto, en segundo lugar Vázquez Mota y en tercero López Obrador.

PREFERENCIA ELECTORAL PARA LA PRESIDENCIA DE MÉXICO ENERO-FEBRERO 2012



*No suman 100% debido a que no se incluye a quienes no declaran preferencia y el % para el PANAL y su candidato
En el corchete {se indica el intervalo al 95% de confianza}

D.1- PERFIL DE LAS PREFERENCIAS

En esta ocasión presentamos un perfil de los ciudadanos que prefieren a cada uno de los 3 candidatos con mayores porcentajes y vemos resultados como los siguientes:

- ✓ Los 3 tienen mayoría de mujeres entre sus seguidores, lo que no es extraño ya que estas votan más que los hombres en las últimas elecciones. El componente femenino en las preferencias de los 3 candidatos es similar, entre 52% y 53%.

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORAL POR SEXO FEBRERO 2012

Sexo	JVM	EPN	AMLO
	HOMBRE	48.2	47.9
MUJER	51.8	52.1	53.2
TOTAL	100.0	100.0	100.0

*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente



- ✓ Por edades, más de 1 de cada 3 simpatizantes de López Obrador son ciudadanos mayores de 50 años; por el contrario, las edades intermedias, de 30 a 49 años, son las que más están presentes en los simpatizantes por Vázquez Mota y Peña Nieto.

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORA POR EDAD FEBRERO 2012

Edad	JVM	EPN	AMLO
DE 18 A 29 AÑOS	30.8	32.2	28.1
DE 30 A 49 AÑOS	45.3	42.3	36.8
DE 50 Y MÁS AÑOS	23.9	25.5	35.1
TOTAL	100.0	100.0	100.0

*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente



✓ Casi la mitad de quienes prefieren a López Obrador habitan el centro del país, lugar donde se encuentran las dos entidades de mayor padrón, DF y Estado de México; Vázquez Mota tiene a sus simpatizantes mejor distribuidos en las 4 regiones consideradas y Peña Nieto presenta concentración similar de seguidores en el norte, centro y sur del país, disminuyendo el componente de seguidores en el bajío.

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORAL POR REGIÓN FEBRERO 2012

Región	JVM	EPN	AMLO
NORTE	26.2	27.4	11.6
BAJÍO	25.3	16.4	9.9
CENTRO DE MÉXICO	23.7	28.3	48.2
SURESTE	24.8	27.9	30.3
TOTAL	100.0	100.0	100.0

*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente



- ✓ Más de 9 de cada 10 ciudadanos que prefieren hoy a Vázquez Mota también dicen estar de acuerdo en la forma de gobernar de Felipe Calderón; en cambio entre quienes votan por Peña Nieto o por López Obrador la aprobación presidencial no llega al 40%.

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORAL POR APROBACIÓN DE GOBIERNO FEBRERO 2012

Aprobación	JVM	EPN	AMLO
ACUERDO GOBIERNO FELIPE CALDERÓN	90.9	39.5	37.8
DESACUERDO GOBIERNO FELIPE CALDERÓN	8.7	59.1	59.5
Ns/Nc	0.4	1.4	2.7
TOTAL	100.0	100.0	100.0

*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente



- ✓ De manera muy similar al resultado anterior, casi 2 de cada 3 simpatizantes de la candidata del PAN opinan que el país va por el rumbo correcto (lo que es natural ya que es abanderada por el partido en el gobierno).

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORAL POR EVALUACIÓN DEL RUMBO DEL PAÍS

FEBRERO 2012

Rumbo	JVM	EPN	AMLO
	CORRECTO	21.5	17.0
EQUIVOCADO	64.4	67.5	73.6
Ns/Nc	11.3	11.0	9.4
TOTAL	100.0	100.0	100.0

*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente



- ✓ Josefina Vázquez Mota tiene entre sus seguidores un 5% de mexicanos que se dicen seguidores de PRD o PRI; Peña Nieto por su parte, del total de sus simpatizantes 3% se dicen panistas o perredistas; por su parte López Obrador tiene 4% del total de sus seguidores identificándose con el PAN o el PRI.

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORAL POR IDENTIDAD PARTIDISTA FEBRERO 2012

Identidad	JVM	EPN	AMLO
PANISTAS	73.1	1.8	1.0
PRIISTAS	3.5	72.1	3.0
PERREDISTAS	1.5	1.2	60.7
INDEPENDIENTES	0.4	1.2	2.5
NO DECLARA	21.5	23.7	32.8
TOTAL	100.0	100.0	100.0

*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente

✓ Por último, los ciudadanos que tienen preferencia por el candidato de izquierda López Obrador, poseen características contrastantes, por un lado tiene un componente muy interesado (14%) y por otro uno al que no le interesa la política en lo absoluto (24%), dejando a los simpatizantes de Vázquez Mota y Peña Nieto con interés moderado en los asuntos políticos.

PERFIL DE PREFERENCIA ELECTORAL POR INTERÉS EN LA POLÍTICA FEBRERO 2012

Interés en política	JVM	EPN	AMLO
MUCHO	11.9	9.4	14.0
REGULAR	30.9	30.7	24.1
POCO	41.0	41.8	37.6
NADA	15.7	17.4	23.5
Ns/Nc	0.5	0.7	0.8
TOTAL	100.0	100.0	100.0

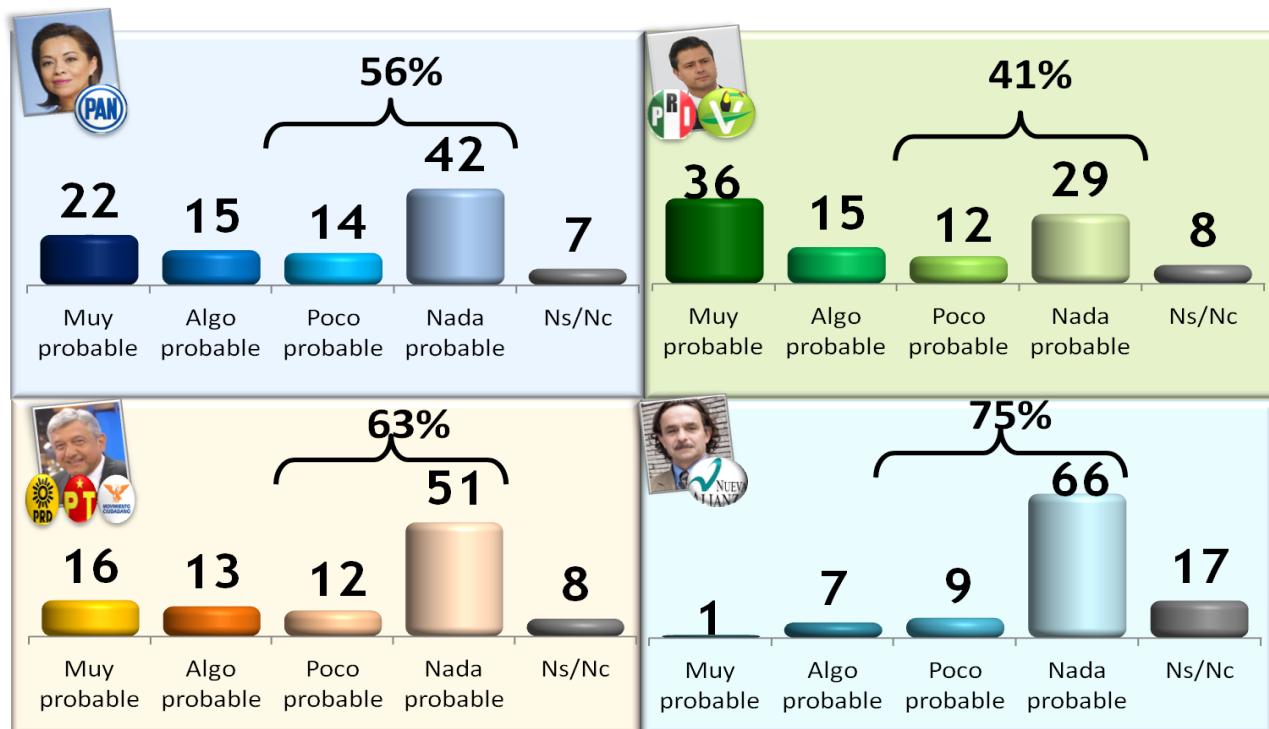
*No se incluye perfil para Gabriel Quadri por muestra insuficiente



D.2 -SEGURIDAD DEL VOTO

- ✓ Un poco más de 3 de cada 10 ciudadanos dicen que es muy probable que votarán por Peña Nieto; le siguen en porcentaje el 22% que afirma lo mismo para el caso de Vázquez Mota y el 16% para López Obrador.
- ✓ Si sumamos los porcentajes que dicen que es “muy probable” a los que dicen que es “algo probable” su voto por un candidato como un acercamiento a su potencial, antes de que inician las campañas, las propuestas o los debates, tenemos que Peña Nieto tendría un potencial de 51%; Vázquez Mota de 37%; López obrador de 29% y Gabriel Quadri de 8%, especificando que esto no es ni preferencia electoral ni algún tipo de pronóstico ya que los ciudadanos aun no han sido informados sobre las propuestas y opciones partidistas que presentarán en campaña.

¿Qué tan probable es que vote por...? FEBRERO 2012



- ✓ De quienes dicen tener una decisión tomada de voto, en general entre 76 y 78% dice que esta ya no cambiará de aquí al día de la elección, salvo PANAL donde apenas iniciará su campaña y aun no acumula seguidores a quienes considerar.

SEGURIDAD DE SU DECISIÓN

FEBRERO 2012

	Seguro	Puede cambiar	Ns/Nc	Total
 PAN	76.4	18.4	5.2	100.0
	78.6	16.2	5.2	100.0
	76.3	19.2	4.5	100.0
	ND	ND	ND	ND



D.3-VOTO ESTRATÉGICO

En las últimas dos elecciones presidenciales ha operado una especie de “utilidad” del sufragio, lo que no sabemos si se presentará en esta elección y que tiene que ver con las segundas preferencias de los ciudadanos.

- ✓ En este sentido vemos que quienes hoy prefieren a Enrique Peña Nieto tienen hoy mayor inclinación a apoyar a Josefina Vázquez Mota que a López Obrador aunque no contundentemente; quienes por el contrario hoy prefieren a Vázquez Mota se inclinan más Peña Nieto que por López Obrador pero si en una proporción de casi 3 a 1. Y en el caso de quienes hoy dicen preferir a López Obrador existen similitudes entre quienes dicen optar por Peña Nieto y los que verían a Vázquez Mota como una opción.
- ✓ Por supuesto todas estas formas de ver la elección por parte de los electores se pueden ir modificando conforme avanza la campaña, porque las simpatías por un opositor se pueden perder ante las inevitables críticas o agresiones que se ven en un proceso.

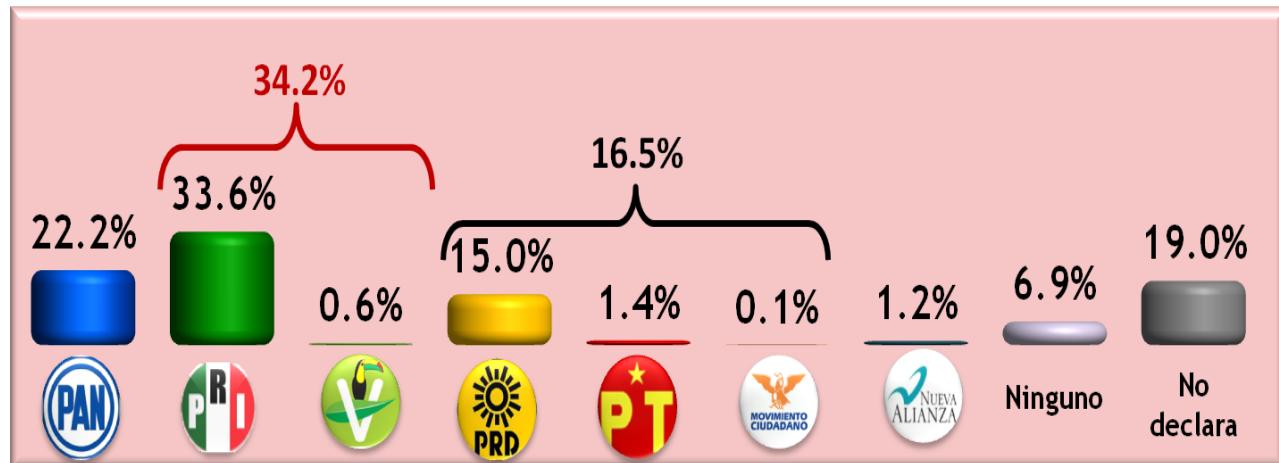
VOTO ESTRATÉGICO FEBRERO 2012



E. PREFERENCIA PARA DIPUTADO FEDERAL

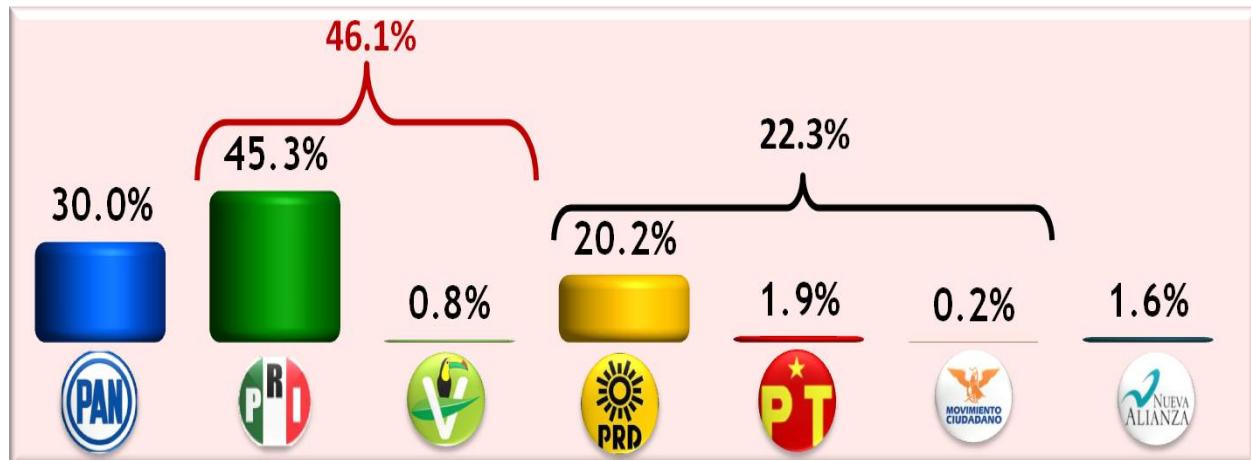
- ✓ Además de la elección de Presidente los mexicanos elegiremos a muchas autoridades y de ellas tal vez una de las que mayor interés concentré será la de los 500 diputados. En este momento, al no conocerse la lista de los candidatos la preferencia para votar por un diputado muestra la fuerza de los partidos.
- ✓ Al terminar las “precampañas” y aun en proceso la selección de candidatos al legislativo, el PRI y su aliado el PVEM encabezan las preferencias con el 34% de ellas, le sigue el PAN con 22% y la unión de partidos de izquierda con 17%. En todos los casos la preferencia por partidos es menor a la que tiene el candidato presidencial salvo en el caso del PANAL, que tiene medio punto cuando se presenta la boleta presidencial y el doble la de diputado, lo que ya ocurrió en 2006 en la que este partido cuadruplicó la votación presidencial en la boleta para ambos cuerpos legislativos; de repetirse ese fenómeno será así como busque conservar el registro como partido político nacional.

PREFERENCIA ELECTORAL “BRUTA” PARA DIPUTADO FEDERAL FEBRERO 2012



✓ Cuando se convierten las preferencias anteriores a una preferencia “efectiva” en la que no se consideran quienes no declaran su intención, vemos que en el mes de febrero la alianza alrededor del PRI tendría un porcentaje de 46% que de conservarse lo colocaría en posición de mayoría absoluta (situación nada fácil y que no se presenta desde la elección de 1994); el PAN tendría 30% y las izquierdas unidas el 22%. El PANAL llegaría a 1.6% cerca de conservar el registro cuando aun no hace campaña.

PREFERENCIA “EFECTIVA” ELECTORAL PARA DIPUTADO FEDERAL FEBRERO 2012



- ✓ El país se divide políticamente en 5 circunscripciones para efectos de reparto de diputados de representación proporcional, en 4 de ellas la ventaja en las preferencias efectivas es para el PRI-PVEM; en las primeras 3 que contemplan todo el norte, el bajío y el sur, le sigue el PAN; en la circunscripción 4 con cabecera en el DF la pelea es cerrada con el PRD que le lleva 4 puntos de ventaja; y en la 5, que se centra en el estado de México, el segundo lugar está muy disputado entre PAN y PRD con sus partidos aliados.

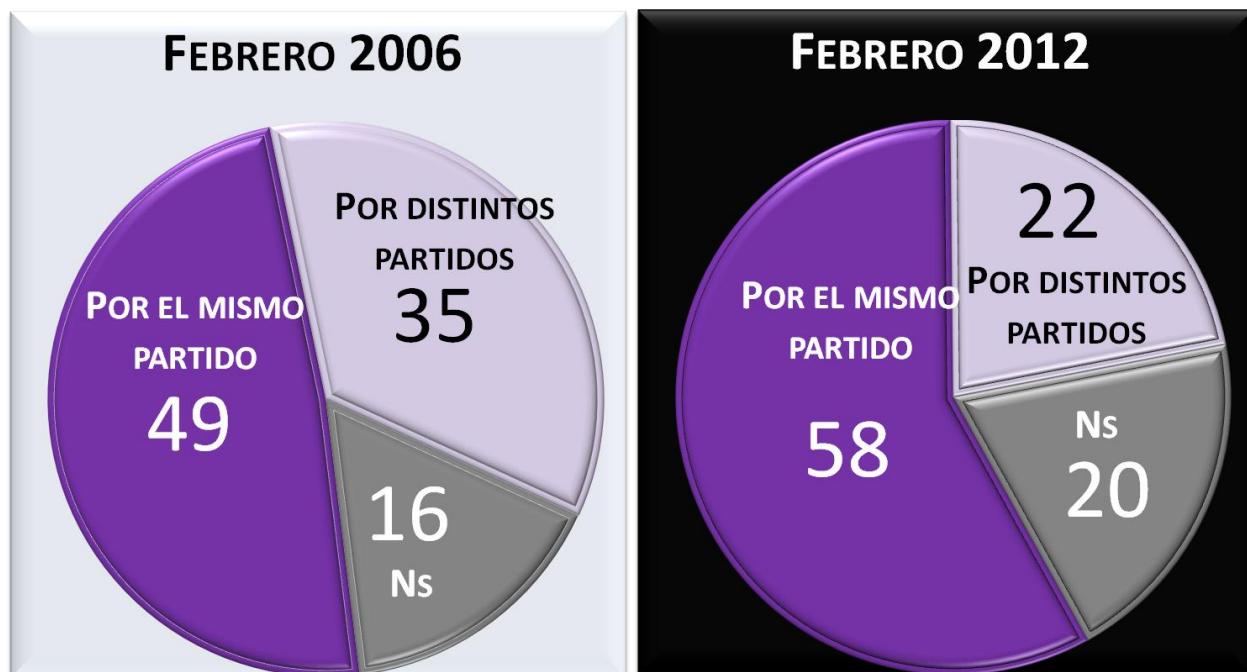
CIRCUNSCRIPCIONES

Circunscripción	Cabecera	Diputados en disputa		Total	Preferencia para Diputado % EFECTIVO				
		Dtos	RP		PAN	PRI	PVEM	PRD	PT
	1 Jalisco	60	40	100	40.8	46.4	11.3	1.5	
	2 Nuevo León	59	40	99	37.9	50.7	9.5	1.9	
	3. Veracruz	60	40	100	29.5	49.8	19.0	1.7	
	4 Distrito Federal	60	40	100	20.6	36.9	40.9	1.6	
	5 Estado de México	61	40	101	23.2	47.5	27.9	1.4	
	Nacional	300	200	500	30.0	46.1	22.3	1.6	



- ✓ En 2006, en el mes de febrero, 49% de los ciudadanos decían que votarían por el mismo partido en la boleta de presidente y de diputado (ese porcentaje después crecería conforme avanzó la campaña); hoy quienes dicen NO diferenciarán el voto se incrementa y llega a 58% el porcentaje que afirma votará por el mismo partido y solo 22% que votará en forma diferenciada.

VOTO DIFERENCIADO 2006-2012



✓ Cuando comparamos 3 preguntas: la identidad que despierta cada instituto político, la preferencia para diputado y la preferencia para Presidente, podemos tener una idea de la aportación que hace cada uno de los candidatos al partido que lo postuló, así vemos que el 20% dice simpatizar por el PAN mientras Vázquez Mota genera el 25% de preferencias; de manera similar el 12% simpatiza por alguno de los partidos de izquierda cuando López Obrador llega al 17%, es decir, cada uno de ellos incrementa en 5 puntos porcentuales la fuerza de sus partidos. En el caso del PRI y el PVEM, tienen 29% de las simpatías con un candidato que llega al 40%, es decir, Peña Nieto le representa en estos momentos 11 puntos porcentuales.

DISTINTAS FORMAS DE VER LA ELECCIÓN FEBRERO 2012



F. -EXPECTATIVA

- ✓ Hemos medido desde hace meses la expectativa que tienen los mexicanos sobre el resultado de la elección y se pueden ver algunos cambios. Un triunfo del PRI, seguido por el PAN y después por el PRD es el resultado con mayor frecuencia de menciones (lo que corresponde por cierto a las preferencias) aunque ese orden solo es mencionado por el 33%; el segundo resultado “esperado” cambia ya que hace 15 días, aunque por escaso margen, el orden PRI-PRD-PAN lo tenía y ahora es desplazado por PAN-PRI-PRD que es el único que sube en menciones.
- ✓ El mayor salto se observa en los porcentajes que dicen no tener idea de cómo terminará la elección que pasa del 7% al 16%, a costa sobre todo de las combinaciones que veían al PRI arriba, que unidas pasan del 56% al 48%.

ORDEN EN QUE SE PIENSA TERMINARÁ LA ELECCIÓN 2012

1°	2°	3°	Feb/12	Feb/12-2	VARIACIÓN FEB12/-FEB12- 2
PRD	PAN	PRD	37.6	33.0	-4.6
PAN	PRI	PRD	17.0	17.7	0.7
PRI	PRD	PAN	18.4	15.4	-3.0
PRD	PRI	PAN	7.5	7.2	-0.3
PAN	PRD	PAN	6.3	5.8	-0.5
PRD	PAN	PRD	5.8	5.0	-0.8
NO CONTESTA			7.4	15.9	8.5
Total			100.0	100.0	

*SE OBVIAN ALIANZAS.

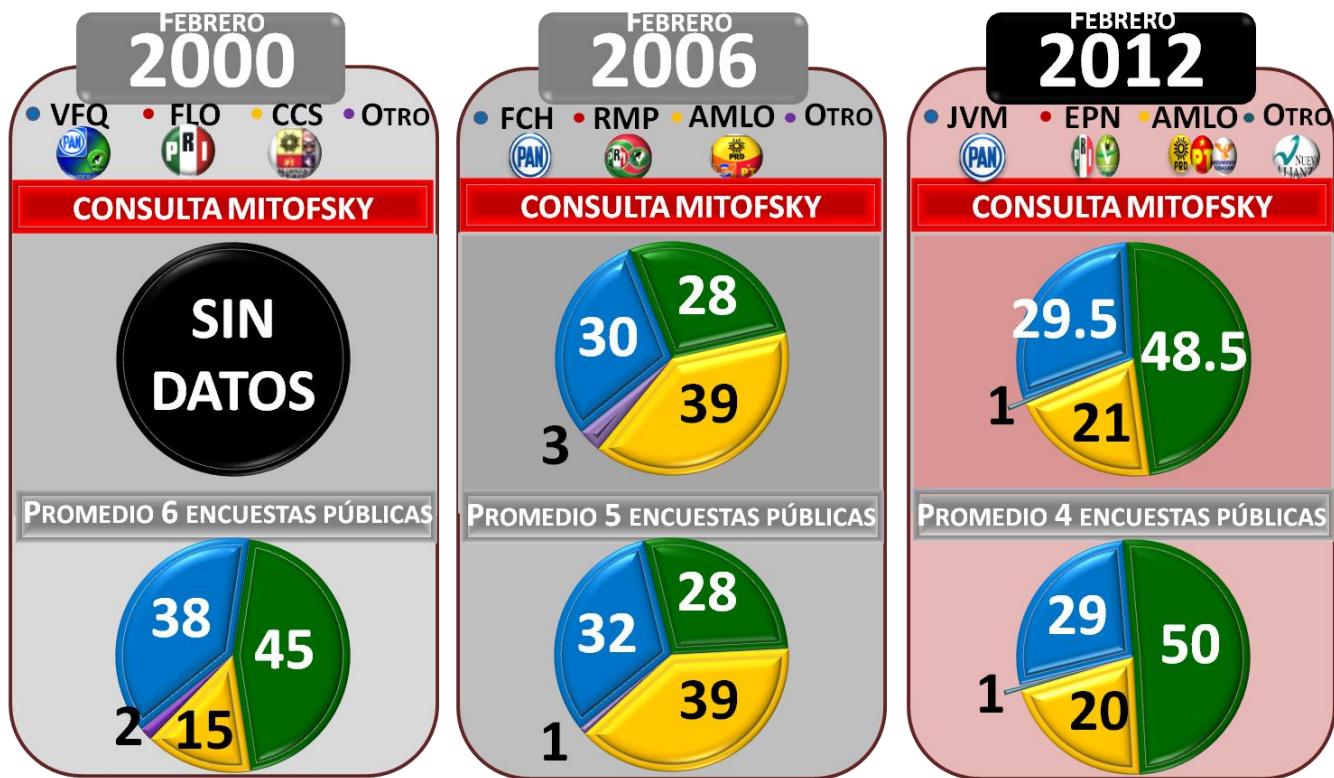
G. – ¿PRONÓSTICO?

- ✓ Para poder hacer comparaciones con otros momentos, otras contiendas y otras encuestas, convertimos todas las preferencias en “efectivas” (eliminando a los que no responden) y en ese sentido podemos ver como en febrero de 2000 había una ventaja de 7 puntos del entonces candidato del PRI Francisco Labastida; después en 2006, la ventaja de López Obrador era de 9 puntos (sólo 7 si vemos el promedio de 5 encuestas levantadas ese mes), y el día de hoy, nuestra encuesta marca 19 puntos de ventaja para Peña Nieto (o 21 puntos si se promedia esta encuesta con la de El Universal, OEM y GEA-ISA).
- ✓ En 2000 y 2006 quienes presentaban ventaja terminaron siendo derrotados por quien aparecía en segundo lugar, en esta elección la ventaja del puntero es más grande pero la historia nos muestra que no se debe adelantar resultados sin conocer aun lo que harán en campaña los candidatos y lo que elegirán los ciudadanos el día de la elección.



COMPARATIVO DE PREFERENCIAS % EFECTIVO

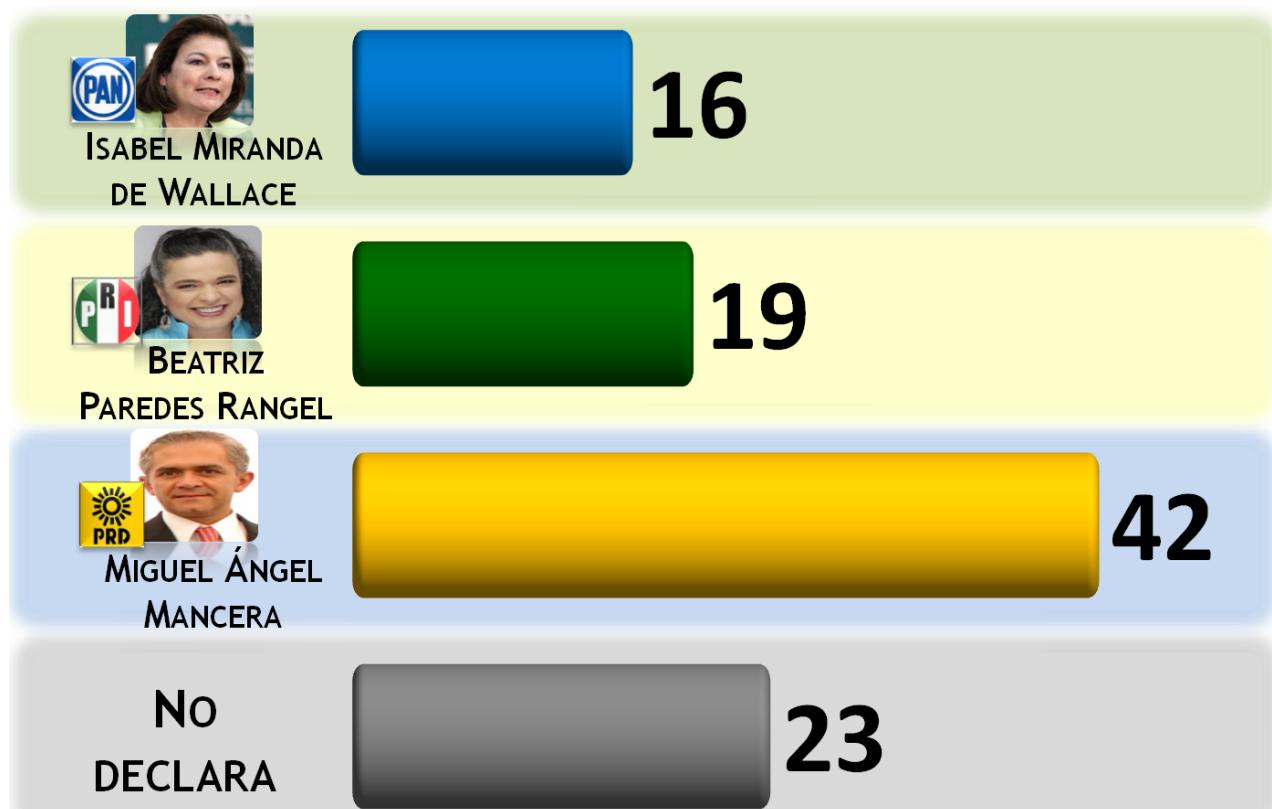
FEBRERO 2000-2006-2012



H. –DISTRITO FEDERAL

- ✓ En el Distrito Federal se realizará la 4ta. Elección en su historia de Jefe de Gobierno y la encuesta levantada a finales de enero nos muestra una ventaja del candidato que postula la izquierda, lo que significaría el cuarto triunfo consecutivo del PRD.
- ✓ Miguel Mancera acumula el 42% de las preferencias, seguido del 19% de Beatriz Paredes y 16% de Isabel Miranda de Wallace, todo esto cuando aún no termina el proceso de elección de candidatos a todos los puestos a elegir en esa demarcación y mucho menos inician las campañas.

PREFERENCIA ELECTORAL PARA JEFE DE GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL ENERO 2012



METODOLOGÍA Y REPORTE COMPLETO EN www.consulta.mx

ANEXO



PREFERENCIA ELECTORAL PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Preferencia “bruta”

SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS



PREFERENCIA ELECTORAL PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Preferencia “efectiva”

PROMEDIO



SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS

DETALLE DE ENCUESTAS NACIONALES

MEDIO DE COMUNICACIÓN/EMPRESA	FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
 CONSULTA MITOFSKY	17 al 20 de Febrero 2012	23 de Febrero 2012
EXCELSIOR  BGC	En espera de actualización	
 El Sol de México 	28 al 31 de enero 2012	02 de febrero 2012
 REFORMA	En espera de actualización	
 IPSOS <small>Investigaciones Sociales Aplicadas</small>	21 al 23 de enero de 2012	26 de enero 2012
 EL UNIVERSAL 	08 al 13 de febrero de 2012	20 de febrero 2012

Otras encuestas en vivienda publicadas en el periodo

MEDIO DE COMUNICACIÓN/EMPRESA	PREFERENCIAS DIFUNDIDAS			FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
	JVM	EPN	AMLO		
 Mercaei <small>Inteligencia de mercados</small>	29.0	34.0	17.0	10-12 febrero 2012	14-Feb-12
 Ipsos	24.0	36.0	16.0	28 enero-1 Febrero 2012	08-Feb-12
 GrupoFórmula 	22.0	39.7	15.6	10 al 12 de febrero de 2012	14-Feb-12
 Cárdenas y Asociados <small>Investigaciones con Realidades</small>	23.7	36.8	26.4	10 al 15 de febrero de 2012	20-Feb-12

CALENDARIO ELECTORAL 2012

FECHA	ELECCIÓN FEDERAL							TOTAL
	1	Presidente de la República						
300	Diputado Federal MR	200	Diputado Federal RP		629			
96	Senador Directo	32	Senador LN					
	Gobernador	Alcaldía	Diputado MR	Diputado RP				
1	Chiapas	118	Chiapas	24	Chiapas	16	Chiapas	
1	Distrito Federal	16	Distrito Federal	40	Distrito Federal	26	Distrito Federal	
1	Guanajuato	46	Guanajuato	22	Guanajuato	14	Guanajuato	
1	Jalisco	125	Jalisco	20	Jalisco	20	Jalisco	
1	Morelos	33	Morelos	18	Morelos	12	Morelos	
1	Tabasco	17	Tabasco	21	Tabasco	14	Tabasco	
1	Yucatán	106	Yucatán	15	Yucatán	10	Yucatán	
		11	Campeche	21	Campeche	14	Campeche	
		10	Colima	16	Colima	9	Colima	
	125	Estado de México	45	Estado de México	30	Estado de México		1,474
	81	Guerrero	28	Guerrero	18	Guerrero		
	51	Nuevo León	26	Nuevo León	16	Nuevo León		
	18	Querétaro	15	Querétaro	10	Querétaro		
	58	San Luis Potosí	15	San Luis Potosí	12	San Luis Potosí		
	72	Sonora	21	Sonora	12	Sonora		
	1	Michoacán, Morelia (extraordinaria)						
	7		888	347	233			2,104

10 de Julio

METODOLOGÍA

1 de 4

POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares.			
2010-2012				
FECHAS DE LEVANTAMIENTO	17 al 20 Diciembre 2010	24 al 27 de Junio de 2011	26 al 29 de Diciembre 2011	
	20 al 24 de Enero de 2011	27 al 31 de Julio de 2011	14 al 18 de Enero 2012	
	16 al 20 de Febrero 2011	20 al 24 de Agosto de 2011	6 al 8 de Febrero de 2012	
	25 a 28 de Marzo 2011	22 al 26 Septiembre 2011	17 al 20 de Febrero de 2012	
	29 Abril a 2 Mayo 2011	20 al 24 de Octubre 2011		
	23 al 29 de Mayo de 2011	21 al 27 de Noviembre 2011		
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales en 2009, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional, en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.			
TAMAÑO DE MUESTRA	<p>1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar cada mes.</p> <p>Los datos aquí presentados "sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esta población en las fechas específicas del levantamiento de los datos".</p>			
PERFIL DE LA MUESTRA ENCUESTADA	SEXO	%	EDAD	%
	Hombre	47.8	De 18 a 29 años	31.7
	Mujer	52.2	De 30 a 49 años	41.1
			De 50 y Más años	27.2
	NIVEL SOCIOECONÓMICO AMAI (CALCULADO CON LA REGLA 8x7)	%	ESCOLARIDAD	%
	A/B/C+	13.4	Ninguno y primaria	33.5
	C/C-	34.1	Secundaria/Preparatoria	55.1
	D+/D/E	52.5	Universidad y más	9.7
	CIRCUNSCRIPCIÓN	%	REGIÓN	%
	1. Jalisco	19.3	Norte	23.5
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	2. Nuevo León	15.6	Bajío	16.9
	3 Veracruz	22.4	Centro de México	32.4
	4 Distrito Federal	22.0	Sureste	27.2
	5 Estado de México	20.7		
	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares de territorio nacional a través de entrevistas "cara a cara" utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).			
PERSONAL INVOLUCRADO	64	Encuestadores	15	Capturistas de información
	22	Supervisores	3	Supervisores de captura
	6	Coordinadores de campo	2	Analistas de sistemas
	2	Responsable de proyecto	2	Investigadores

METODOLOGÍA

2 de 4

DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY .																																																								
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino 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. El software utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).																																																								
ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	<p>Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±3.1% En el caso de las preferencias marcadas para subgrupos poblacionales, manteniendo el 95% de confianza, los errores máximos implícitos se presentan a continuación.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SEXO</th> <th>ERROR</th> <th>EDAD</th> <th>ERROR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hombre</td> <td>±4.5%</td> <td>De 18 a 29 años</td> <td>±5.5%</td> </tr> <tr> <td>Mujer</td> <td>±4.3%</td> <td>De 30 a 49 años</td> <td>±4.8%</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>De 50 y Más años</td> <td>±5.9%</td> </tr> <tr> <th>NIVEL SOCIOECONÓMICO AMAI (CALCULADO CON LA REGLA 8x7)</th> <th>ERROR</th> <th>ESCOLARIDAD</th> <th>ERROR</th> </tr> <tr> <td>A/B/C+</td> <td>±8.5%</td> <td>Primaria o menos</td> <td>±5.4%</td> </tr> <tr> <td>C/C-</td> <td>±5.3%</td> <td>Secundaria y preparatoria</td> <td>±4.2%</td> </tr> <tr> <td>D+/D/E</td> <td>±4.3%</td> <td>Universidad y más</td> <td>±10.0%</td> </tr> <tr> <th>CIRCUNSCRIPCIÓN</th> <th>ERROR</th> <th>REGIÓN</th> <th>ERROR</th> </tr> <tr> <td>1. Jalisco</td> <td>±7.1%</td> <td>Norte</td> <td>±6.4%</td> </tr> <tr> <td>2. Nuevo León</td> <td>±7.8%</td> <td>Bajío</td> <td>±7.5%</td> </tr> <tr> <td>3 Veracruz</td> <td>±6.5%</td> <td>Centro de México</td> <td>±5.4%</td> </tr> <tr> <td>4 Distrito Federal</td> <td>±6.6%</td> <td>Sureste</td> <td>±5.9%</td> </tr> <tr> <td>5 Estado de México</td> <td>±6.8%</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.</p>	SEXO	ERROR	EDAD	ERROR	Hombre	±4.5%	De 18 a 29 años	±5.5%	Mujer	±4.3%	De 30 a 49 años	±4.8%			De 50 y Más años	±5.9%	NIVEL SOCIOECONÓMICO AMAI (CALCULADO CON LA REGLA 8x7)	ERROR	ESCOLARIDAD	ERROR	A/B/C+	±8.5%	Primaria o menos	±5.4%	C/C-	±5.3%	Secundaria y preparatoria	±4.2%	D+/D/E	±4.3%	Universidad y más	±10.0%	CIRCUNSCRIPCIÓN	ERROR	REGIÓN	ERROR	1. Jalisco	±7.1%	Norte	±6.4%	2. Nuevo León	±7.8%	Bajío	±7.5%	3 Veracruz	±6.5%	Centro de México	±5.4%	4 Distrito Federal	±6.6%	Sureste	±5.9%	5 Estado de México	±6.8%		
SEXO	ERROR	EDAD	ERROR																																																						
Hombre	±4.5%	De 18 a 29 años	±5.5%																																																						
Mujer	±4.3%	De 30 a 49 años	±4.8%																																																						
		De 50 y Más años	±5.9%																																																						
NIVEL SOCIOECONÓMICO AMAI (CALCULADO CON LA REGLA 8x7)	ERROR	ESCOLARIDAD	ERROR																																																						
A/B/C+	±8.5%	Primaria o menos	±5.4%																																																						
C/C-	±5.3%	Secundaria y preparatoria	±4.2%																																																						
D+/D/E	±4.3%	Universidad y más	±10.0%																																																						
CIRCUNSCRIPCIÓN	ERROR	REGIÓN	ERROR																																																						
1. Jalisco	±7.1%	Norte	±6.4%																																																						
2. Nuevo León	±7.8%	Bajío	±7.5%																																																						
3 Veracruz	±6.5%	Centro de México	±5.4%																																																						
4 Distrito Federal	±6.6%	Sureste	±5.9%																																																						
5 Estado de México	±6.8%																																																								
REGIONES EN QUE SE DIVIDIÓ EL PAÍS	<p>Norte-Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora.</p> <p>Bajío: Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán.</p> <p>Centro de México: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala.</p> <p>Sureste: Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán.</p>																																																								
PREGUNTAS ELECTORALES	<p><i>Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p> <p><i>Y si el día de hoy fueran las elecciones para Diputado Federal, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?</i></p>																																																								
TASA GENERAL DE RECHAZO A LA ENTREVISTA	59.8%																																																								
LEGAL	En cumplimiento al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) vigente y en los términos de lo dispuesto en su Artículo 237, párrafo 5 en el que se establece que "Quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales, que se realice desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, deberá entregar copia del estudio completo al secretario ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio.", con base a lo dispuesto en el Acuerdo CG411/2011 del Consejo General del Instituto Federal Electoral, se entrega dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación por parte de la empresa CONSULTA MITOFSKY copia del reporte del estudio en medio impreso y magnético y la base de datos generada en medio magnético al Secretario Ejecutivo del Instituto Federal Electoral. Lic. Edmundo Jacobo Molina, edmundo.jacobo@ife.org.mx , Tel. 56-55-33-48, 56-55-32-56, 56-55-32-57, Fax 56-55-90-63; Domicilio: oficinas centrales edificio "A", Viaducto Tlalpan no. 100, col. Arenal Tepepan, Delegación Tlalpan, C.P. 14610, México, D.F.																																																								
ACLARACIÓN	"El cumplimiento de las disposiciones establecidas en el presente Acuerdo (CG411/2011) no implica, en ningún caso, que el Instituto Federal Electoral avale en modo alguno la calidad de los estudios a que hace referencia, o la validez de los resultados o cualquier otra conclusión que se derive de dichos estudios".																																																								

METODOLOGÍA

3 de 4

ADVERTENCIA	<p>Los datos aquí presentados reflejan el estado de las percepciones y estados de ánimo de la población bajo estudio solamente al momento de la aplicación de las entrevistas. Las preguntas de intención de voto o preferencia política son sólo un indicador de la situación presente en el momento de la encuesta; nada garantiza que esa situación sea la que prevalezca el día de la jornada electoral y por lo tanto los resultados no tienen porqué replicarse.</p>
CONTACTO PARA INFORMACIÓN	<p>PERSONA MORAL QUE PATROCINÓ LA ENCUESTA DE OPINIÓN: 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</p> <p>PERSONA MORAL QUE LLEVÓ A CABO LA ENCUESTA DE OPINIÓN: 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</p> <p>PERSONA MORAL QUE ORDENÓ LA PUBLICACIÓN LA ENCUESTA DE OPINIÓN: 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</p> <p>MEDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL: www.consulta.mx</p>
CONSULTA	<p>La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY: www.consulta.mx donde de forma gratuita podrá ser consultada por los interesados con el fin de facilitar su lectura e interpretación, para así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada.</p>
	<p>CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido ratificada cada año, garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos.</p>
DERECHOS	<p>Se autoriza el distribuir, reenviar, copiar o citar estos documentos siempre y cuando no sean modificados o usados con fines comerciales. Al ser citados solicitamos incluir siempre la fuente y para los documentos propiedad de CONSULTA MITOFSKY recomendamos incluir la presente nota de copyright, así como la marca CONSULTA MITOFSKY y su dirección www.consulta.mx.</p>

Documento propiedad de **CONSULTA MITOFSKY** ©, Todos los derechos reservados.

METODOLOGÍA

4 de 4

¿QUÉ ES EL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**?

Es la herramienta perfecta y **económica** para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que requiera para la generación de su propio producto.

Consiste en **encuestas periódicas** / **cuestionarios multitemáticos** / **Mide a todos los ciudadanos del país** / **mantiene fechas fijas de levantamiento** / **logra una confianza de 95 por ciento** y un error muestral de 4 por ciento / **cada cliente es dueño de su información** y comparte el costo con otros suscriptores. El hecho de que el **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS** se lleve a cabo con periodicidad mensual lo hace el vehículo ideal para sus indicadores de seguimiento y coyuntura.

¿QUÉ RECIBO AL CONTRATAR EL **TRACKING POLL CONSULTA-ROY CAMPOS**?

Una vez finalizado el estudio, usted recibirá la base de datos y un reporte con carácter **CONFIDENCIAL** que incluirá las preguntas contratadas mostrando el resultado para todos los ciudadanos entrevistados así como para algunos segmentos poblacionales básicos; sexo, edad agrupada en tres rangos además de dos grupos de nivel socioeconómico (A/B/C+) y (C/D+/D/E). En caso de haber contratado reactivos por tres o más meses consecutivos, el diseño muestral permitirá entregarle también resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) y cuatro grupos de nivel socioeconómico: (A/B/C+) y (C/D+/D/E).

¿Y QUE VENTAJAS TENGO?

Unas de las principales ventajas del **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS** son:

- La generación de importantes ahorros económicos, ya que no requiere contratar una encuesta exclusiva sino sólo los reactivos que deseé evaluar y así compartir la inversión del tracking con el resto de los suscriptores.
- Reducidos tiempos de ejecución lo que le permite una reacción con celeridad.
- Obtención de series de comportamiento a través del tiempo quedando en su elección los meses a medir por ser una herramienta flexible a sus necesidades.
- Obtener mediciones muy concretas que aun cuando requieren representatividad especial, no justifican iniciar la inversión en un estudio específico.
- Posibilidad de contratar resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) o ciudad específica.
- Y sobre todo, la generación de su propio indicador que sólo la calidad y el prestigio de **CONSULTA MITOFSKY** le puede ofrecer.

¿QUIÉNES PUEDEN CONTRATAR EL **TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS**?

- Cualquier persona, empresa, organización o gobierno que requiera información permanente, veraz, oportuna y económica.
- Cualquier interesado en generar indicadores sobre el éxito de una campaña, de un programa, de una promoción, etc.
- Todos los que quieran conocer su posición respecto a la competencia.
- Quien busque los momentos adecuados para iniciar medidas correctivas o para modificar estrategias en relación a la comunicación.
- Todas las personas y empresas que deseen identificar la percepción ciudadana sobre su imagen.

¿Y DÓNDE LO CONTRATO?

Escribanos a consulta@consulta.com.mx donde de inmediato nos pondremos en contacto para analizar sus necesidades de información y realizarle una cotización en la cual lo sorprenderemos con **nuestras bajas tarifas** gracias a este nuevo mecanismo de investigación. O si lo prefiere puede establecer contacto directo con nuestra oficina en México; Calle Georgia #38. Colonia Nápoles. México, Distrito Federal. Tel. (55) 55.43.59.69.

Scanear imagen QR



NOTAS A LA METODOLOGÍA:

- 1) La metodología anterior incluye y cumple con todos los requisitos solicitados por el IFE en su Artículo 237 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIP) vigente por lo que recomendamos a los medios de comunicación y personas en general que deseen publicar el presente estudio incluir en su totalidad la presente metodología para cumplir a cabalidad con los lineamientos acordados por el Consejo General del IFE.
- 2) **CONSULTA MITOFSKY**, con dirección en Calle Georgia #38; Colonia Nápoles; México, Distrito Federal. Tel/Fax: +52 (55) 55.43.59.69 e-mail: consulta@consulta.com.mx está en posibilidades de presentar en caso de ser requerido por el Instituto Federal Electoral:
 - a. La información que utilizó para delimitar a la población de estudio y para seleccionar la muestra.
 - b. El instrumento que se utilizó para la recopilación de la información.
 - c. Todos y cada uno de los mecanismos usados para seleccionar cada una de las etapas de muestreo, hasta la selección de ciudadanos.
 - d. Todas y cada una de las operaciones que llevó a cabo para determinar el tamaño de la muestra así como todos los elementos valorados para el diseño de la misma.
 - e. El cálculo de las varianzas obtenidas para las variables del estudio que se refieren a las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de votación, así como todos los elementos valorados para el diseño muestral.
 - f. Una descripción detallada de la forma en que se llevó a cabo el trabajo de supervisión de campo.
 - g. Con el objeto de garantizar la verificabilidad de los cuestionarios, se conservarán todos y cada uno de los originales de los cuestionarios utilizados para las entrevistas y además de los programas de captura y la base de datos que se hayan generado a partir de dicha recopilación.
 - h. Para la verificabilidad de los datos, se conservarán todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para el análisis de la información.

TODA LA INFORMACIÓN RELATIVA AL ESTUDIO, DESDE SU DISEÑO HASTA LA OBTENCIÓN DE LOS RESULTADOS PUBLICADOS, DEBERÁ CONSERVARSE DE MANERA INTEGRAL POR PARTE DE LA PERSONA FÍSICA O MORAL RESPONSABLE DE SU REALIZACIÓN, HASTA 90 DÍAS DESPUÉS DE QUE LOS RESULTADOS SE HAYAN HECHO PÚBLICOS.

