

# 2012 LA ELECCIÓN



## PREFERENCIAS CIUDADANAS

No. 23- mayo 29, 2012

**Faltan...**  
**33 días para la elección**

TRACKING POLL ROY CAMPOS Es la herramienta más económica para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo, más información sobre uso y metodología en [www.consulta.mx](http://www.consulta.mx)



# A destacar...

- 1) A 35 días de la elección más de la mitad de los ciudadanos ya ubican la fecha exacta de la elección y el 86% sabe que son en julio; 16% tiene mucho interés en política y 32% mucha confianza en el IFE.
- 2) En las preferencias electorales Peña Nieto logra 35.6% seguido de López Obrador con 21.7%, Vázquez Mota con 20.4% y Gabriel Quadri 1.6% (20.7% que no responde la pregunta electoral). Lo anterior significa que en la semana 8 de campaña EPN baja 2.3 puntos que se trasladan en su mayor proporción a las preferencias por AMLO y de esa manera la desventaja de este candidato ante el puntero pasa de 17.4 a 14.9 puntos.
- 3) En la preferencia efectiva EPN logra 44.9% seguido de AMLO 27.4%, JVM 25.7% y Quadri 2.0%, lo que representa una caída de dos puntos de EPN que se reparten JVM y AMLO.
- 4) Por grupos poblacionales: Entre mujeres JVM logra 22% de preferencias y entre hombre 19%; en la zona rural EPN llega a 40% mientras en la urbana a 34%; en los mayores de 50 años AMLO ya supera a JVM y ha ido avanzando en el resto de edades de manera que ya igualó los números con ella en todos los menores de 50; el NSE alto es el que más muestra apoyo por Quadri (ver más detalles en el reporte).
- 5) La semana pasada 24% de las preferencias eran volátiles, hoy ese porcentaje baja a 19% de los cuales 8 son de EPN, 5 de JVM, 5 de AMLO y 1 de Quadri (son ciudadanos que podrían moverse para cualquier lado).

# A destacar...

- 6) Como en otras ocasiones y para efectos de comparación vemos que en el DF AMLO aventaja por 22 puntos a EPN pero que en el país en su conjunto EPN aventaja a AMLO por 14 puntos.
- 7) A diferencia del inicio de la campaña, hoy no se presenta clara inclinación estratégica de las preferencias en caso de que algún candidato se desplomara, hoy los electores muestran división de segundas preferencias antes los adversarios de cada candidato.
- 8) Aunque sigue siendo alto, baja 4 puntos el porcentaje de ciudadanos que dicen que EPN ganará la elección (47%), seguido de 20% que dice que ganará JVM y 17% que opina eso para AMLO, siendo el único porcentaje que se ha movido positivamente en las 8 semanas de campaña.
- 9) Siguiendo con el tema del voto estratégico que imperó en otros comicios, se hicieron 2 ejercicios: puestos los 3 principales partidos en la balanza 29% dice que prefiere que el PAN vuelva a ganar y 53% que no gane; 42% dice que prefiere que regrese el PRI y 40% que no regrese; y 29% dice preferir que el PRD gane y 48% que dice que prefiere que no lo haga.
- 10) En México no existe la segunda vuelta, pero si existiera y enfrentáramos a dos candidatos tendríamos que hoy las preferencias estarían 43%-27% a favor de EPN sobre JVM; 31%-28% si los únicos candidatos fueran AMLO y JVM; y 42%-28% si solo aparecieran en la boleta EPN y AMLO.

# A destacar...

- 11) Para diputados, el PRI baja casi 4 puntos de preferencia y aun aparece en posición de mayoría con 47% y por primera vez el está PRD arriba del PAN con 27% y 26% cada uno respectivamente.
- 12) De 6 encuestas públicas disponibles, todas muestran a los 4 candidatos en el mismo orden, aventajando EPN con un promedio de 45%, seguido de AMLO con 27% y JVM de 25% dejando a Quadri con 3%, siempre en lo que se refiere a preferencias efectivas.
- 13) A lo largo de la campaña y ya casi por cumplirse dos terceras partes de ella, las variaciones promedio de las encuestas en el periodo han sido de incremento de 4 puntos para AMLO y 3 para Quadri, a costa de EPN y de JVM que han bajado 2 y 5 puntos respectivamente.
- 14) Hace 12 años a finales de mayo Labastida aventajaba por sólo 1 punto en el promedio de encuestas a Fox (que terminó ganando por 6) y hace 6 años antes del segundo debate las preferencias estaban empatadas entre Calderón y López Obrador.

# CONTENIDO

**1. CONTEXTO DE CAMPAÑA**

**2. PREFERENCIA, VOTO VOLÁTIL, DURO, ESTRATÉGICO**

**3. PARTIDOS EN BALANZA Y SEGUNDA VUELTA**

**4. LA OTRA CONTIENDA: EL CONGRESO**

**5. METODOLOGÍA**

**6. RECOPILACIÓN DE ENCUESTAS**

**7. RECORDANDO ELECCIONES ANTERIORES**

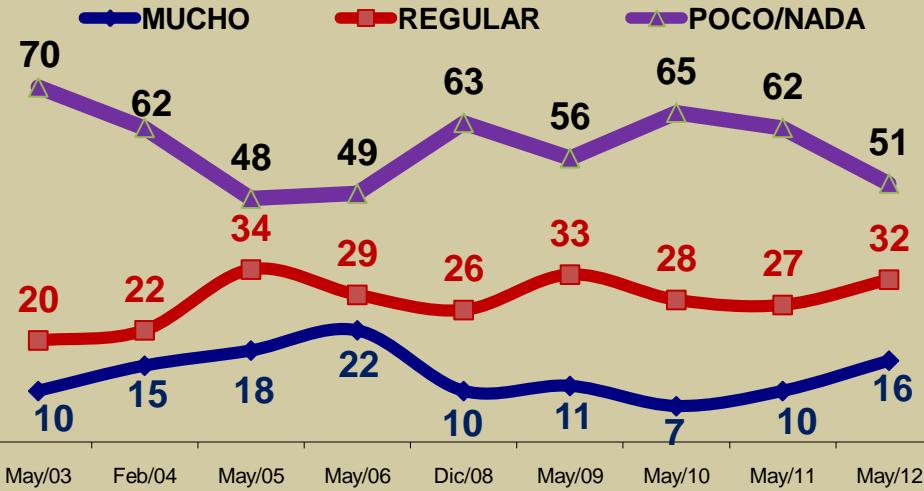
# CONTEXTO DE CAMPAÑA

27 MAYO 2012

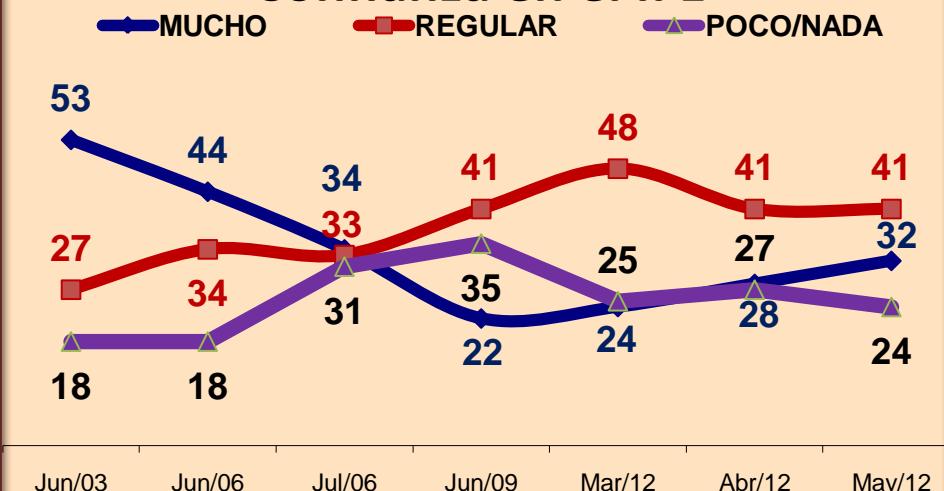
## ¿Cuándo serán las próximas elecciones?



## Interés en la Política



## Confianza en el IFE



\*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE Ns/Nc

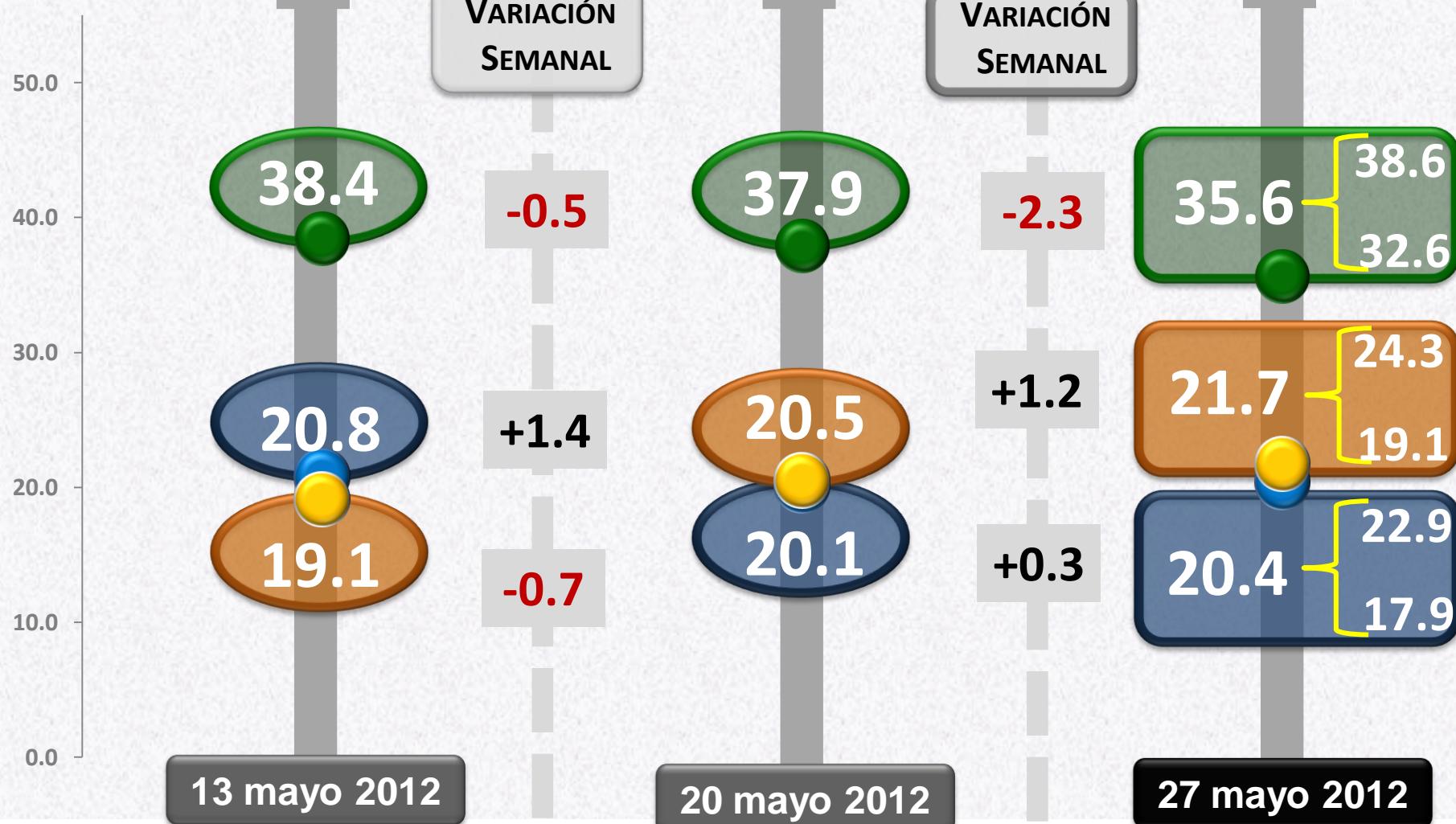
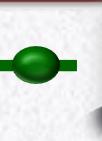
## Conocimiento y Opinión

	% QUE LO CONOCE	OPINIÓN		SALDO OPINIÓN
		BUENA	MALA	
Peña Nieto	98	34	24	10
López Obrador	97	25	28	-3
Vázquez Mota	95	23	25	-2
Quadri de la Torre	67	7	13	-6

\*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE Ns/Nc

\*NO SE INCLUYE A QUIENES NO LO CONOCEN NI A QUIENES TIENEN OPINIÓN "REGULAR"

# PREFERENCIA BRUTA PARA PRESIDENTE



\*NO SUMAN 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A QUIENES NO DECLARAN PREFERENCIA

<sup>a</sup>NO MUESTRA EL % PARA EL PANAL Y SU CANDIDATO  
EN EL CORCHETE { SE INDICA EL INTERVALO AL 95% DE CONFIANZA }

2012: La Elección



# PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

## (UTILIZANDO BOLETA SIMULADA)

27 MAYO 2012

36

20



Vázquez Mota



Peña Nieto

22



López Obrador

PREFERENCIA “BRUTA”

2



Gabriel Quadri

20



No  
declara

PREFERENCIA “EFECTIVA”

45

26



Vázquez Mota



Peña Nieto

27



López Obrador

2

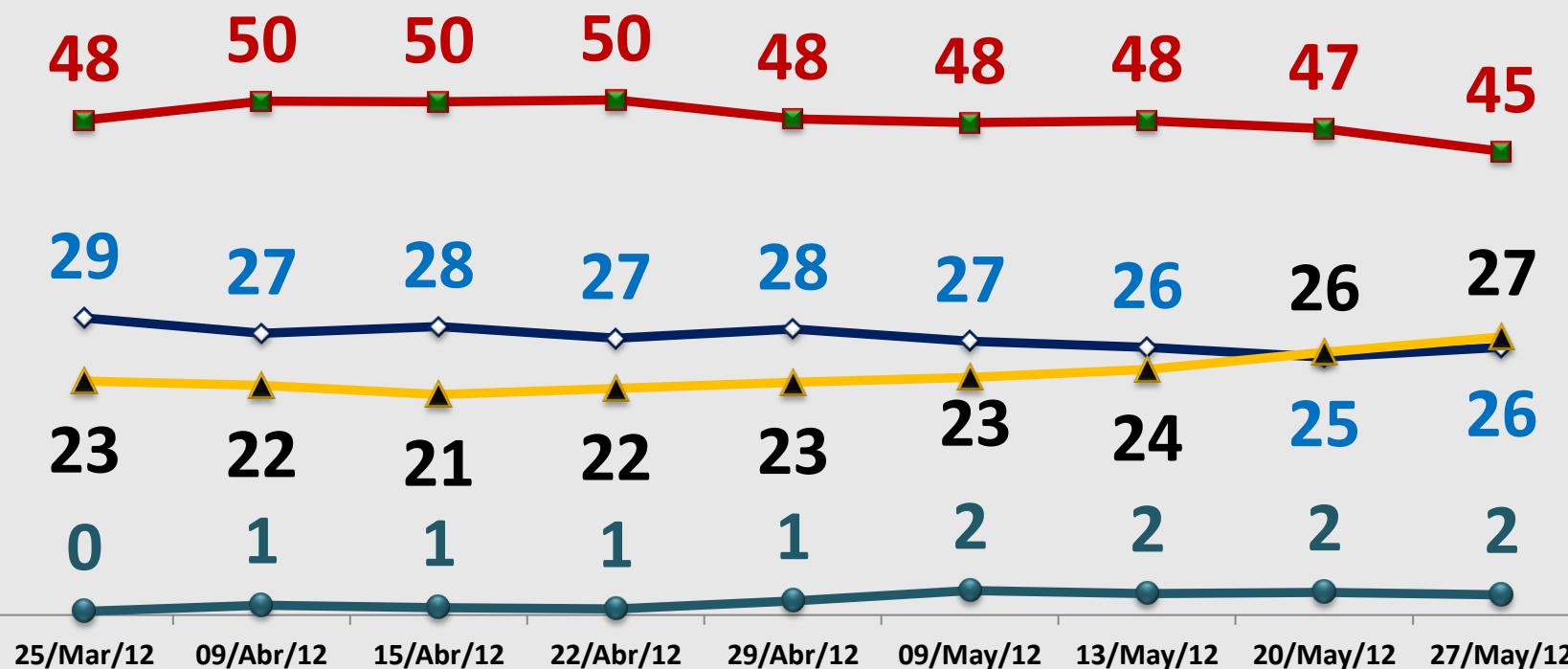


Gabriel Quadri



Preferencias

# PREFERENCIA EFECTIVA PRESIDENTE MÉXICO



# PREFERENCIA PARA PRESIDENTE PARA DISTINTOS SEGMENTOS

					
<b>Sexo</b>	<b>JVM</b>	<b>EPN</b>	<b>AMLO</b>	<b>QUADRI</b>	
	<b>19.1</b>	<b>34.3</b>	<b>25.3</b>	<b>1.6</b>	
<b>MUJER</b>	<b>21.6</b>	<b>36.9</b>	<b>18.5</b>	<b>1.7</b>	
<b>Identidad</b>					
	<b>JVM</b>	<b>EPN</b>	<b>AMLO</b>	<b>QUADRI</b>	
<b>PANISTAS</b>	<b>90.5</b>	<b>3.4</b>	<b>1.9</b>	<b>-0.1</b>	
<b>PRIISTAS</b>	<b>2.7</b>	<b>88.1</b>	<b>2.9</b>	<b>0.1</b>	
<b>PERREDISTAS</b>	<b>1.6</b>	<b>4.6</b>	<b>87.8</b>	<b>0.2</b>	
<b>INDEPENDIENTES</b>	<b>13.5</b>	<b>24.8</b>	<b>22.1</b>	<b>3.0</b>	
<b>Loc</b>					
	<b>JVM</b>	<b>EPN</b>	<b>AMLO</b>	<b>QUADRI</b>	
<b>URBANA</b>	<b>19.5</b>	<b>34.4</b>	<b>22.7</b>	<b>1.8</b>	
<b>RURAL</b>	<b>23.5</b>	<b>39.6</b>	<b>18.6</b>	<b>0.9</b>	
<b>Edad</b>					
	<b>JVM</b>	<b>EPN</b>	<b>AMLO</b>	<b>QUADRI</b>	
	<b>De 18 a 29 años</b>	<b>20.4</b>	<b>33.8</b>	<b>20.0</b>	<b>3.4</b>
<b>NSE</b>					
	<b>JVM</b>	<b>EPN</b>	<b>AMLO</b>	<b>QUADRI</b>	
<b>A/B/C+</b>	<b>17.9</b>	<b>34.9</b>	<b>24.3</b>	<b>3.8</b>	
<b>C/C-</b>	<b>22.7</b>	<b>32.9</b>	<b>24.1</b>	<b>1.2</b>	
<b>D+/D/E</b>	<b>19.6</b>	<b>37.4</b>	<b>19.8</b>	<b>1.4</b>	
<b>27 MAYO 2012</b>					
*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A QUIENES NO DECLARAN PREFERENCIA					

# PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

27 MAYO 2012

## Preferencia dura y volátil

DATOS  
"EFFECTIVOS"

Preferencia  
Todos

JVM

**25.7**

EPN

**44.9**

AMLO

**27.4**

GQT

**2.0**

Total

**100.0**

Preferencia  
Dura

5.3

8.0

4.8

0.7

**81.2**

Preferencia  
volátil

20.4

36.9

1.3

18.8

## Comparativo de Preferencias

DATOS "BRUTOS"

Preferencia  
Nacional

JVM

**20.4**

EPN

**35.6**

AMLO

**21.7**

GQT

**1.6**

No declara

**20.7**

Preferencia  
Distrito Federal

7.9

24.2

46.4

2.3

19.2

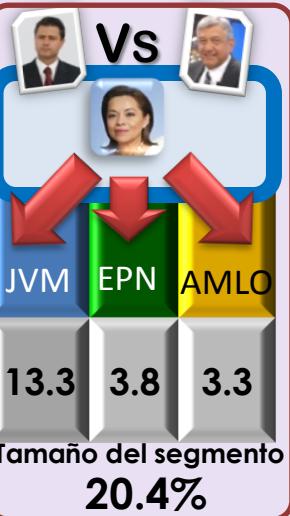
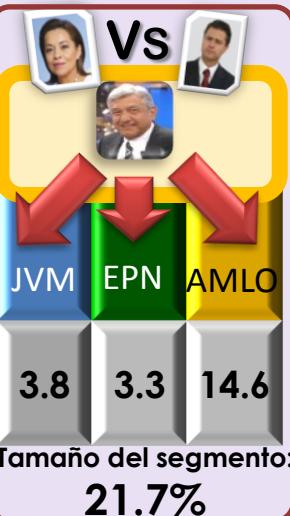
**100.0**

Total

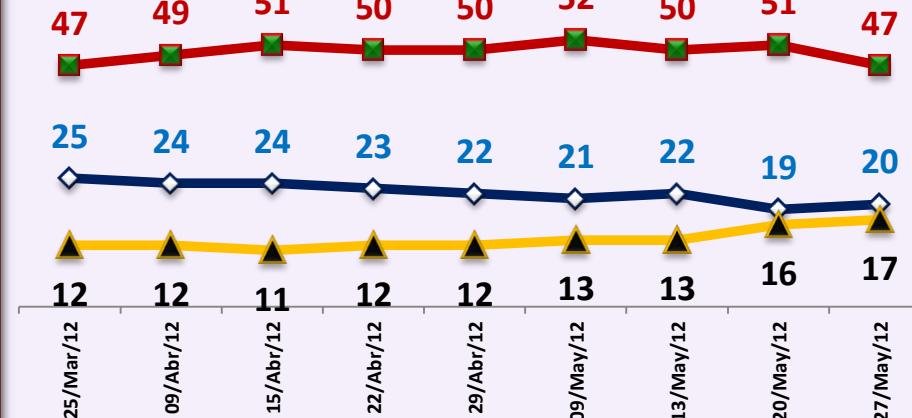
**100.0**

**100.0**

## Voto Estratégico SI LA FINAL FUERA:



## ¿Quién cree que ganará la elección?



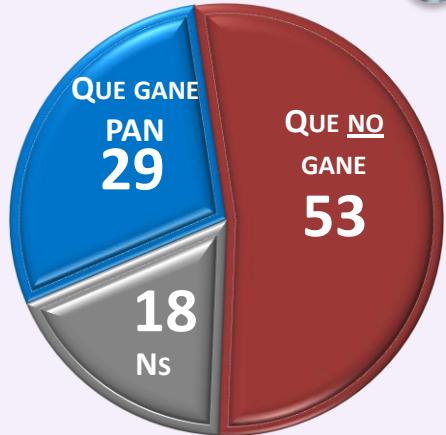
\*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A QUIENES NO DECLARAN

# PARTIDOS EN LA BALANZA Y SEGUNDA VUELTA

27 MAYO 2012

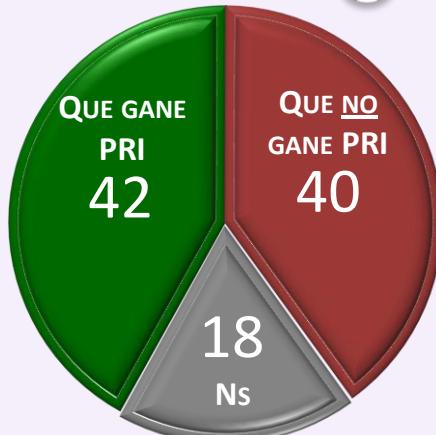
¿Qué prefiere usted?

Que gane o no gane



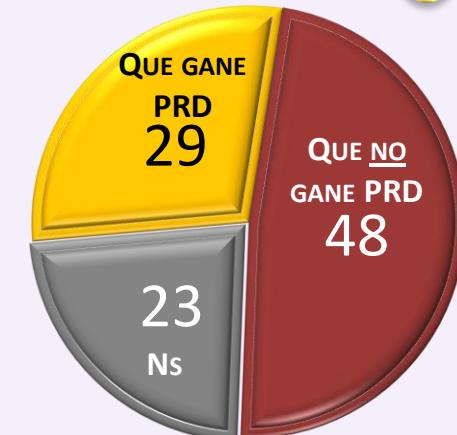
¿Qué prefiere usted?

Que gane o no gane



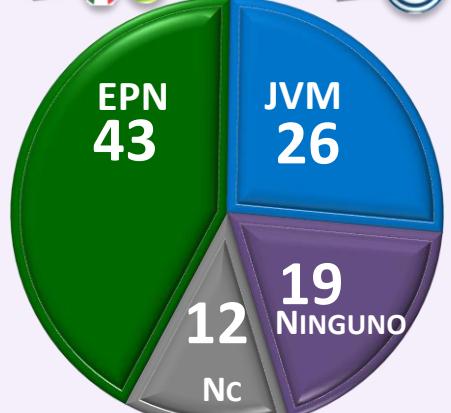
¿Qué prefiere usted?

Que gane o no gane

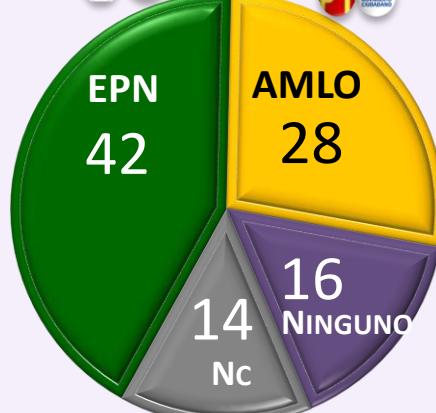


## SIMULACIÓN SEGUNDA VUELTA

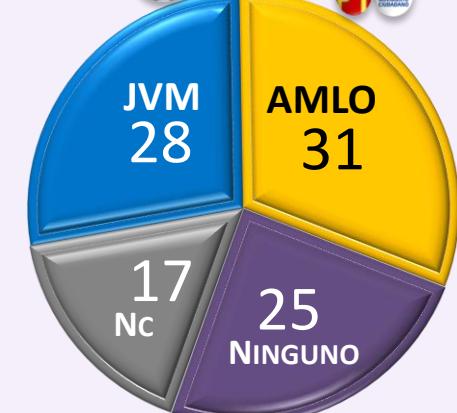
Si la final fuera:



Si la final fuera:



Si la final fuera:



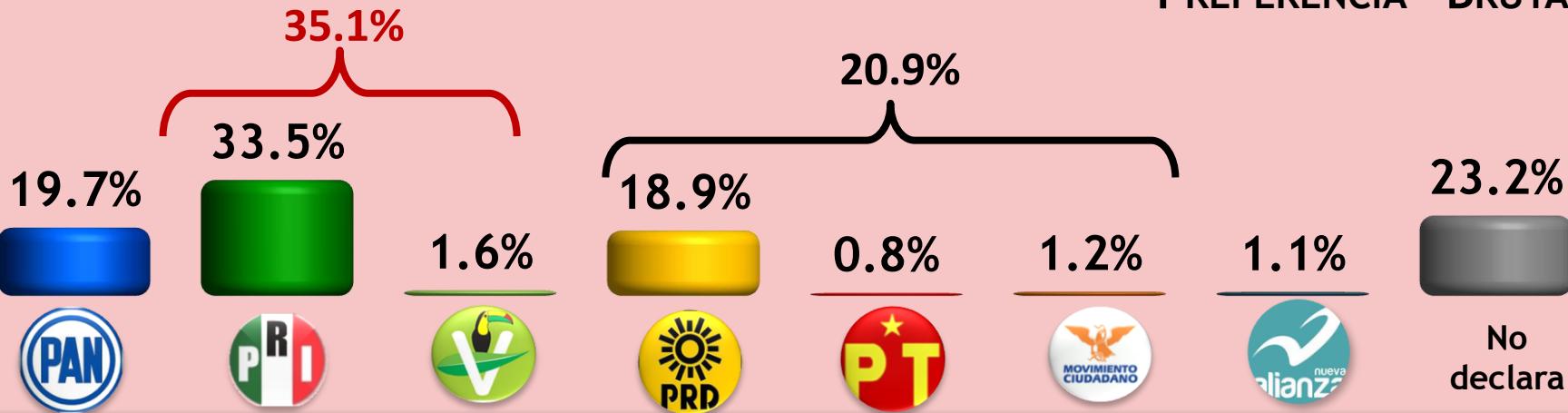


# LA OTRA CONTIENDA: CONGRESO

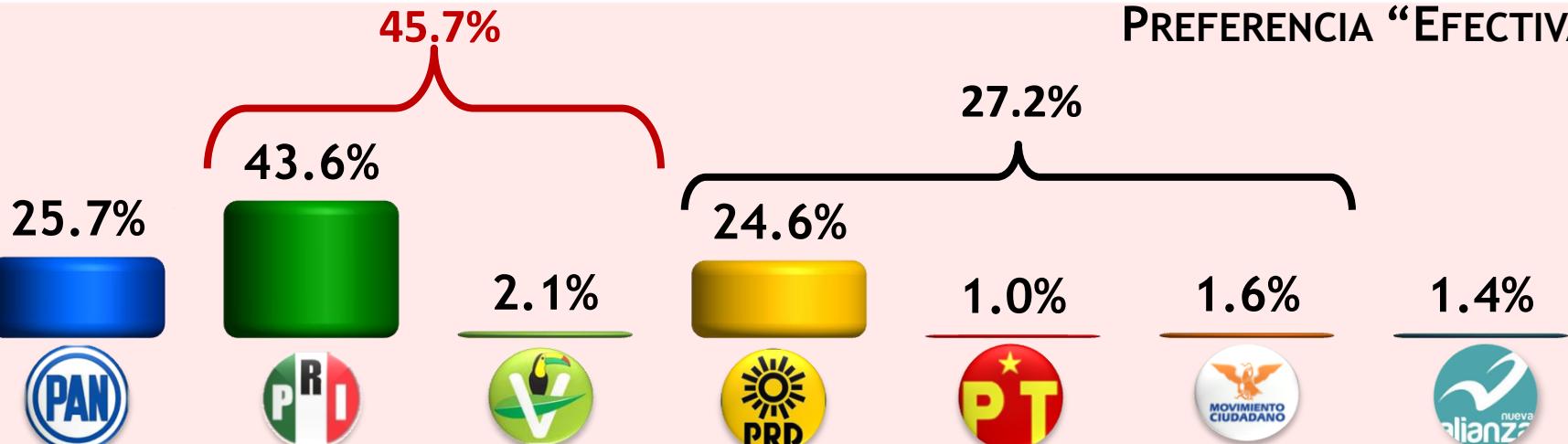
# PREFERENCIA DIPUTADO FEDERAL (SIN MENCIONAR CANDIDATOS)

27 MAYO 2012

## PREFERENCIA “BRUTA”

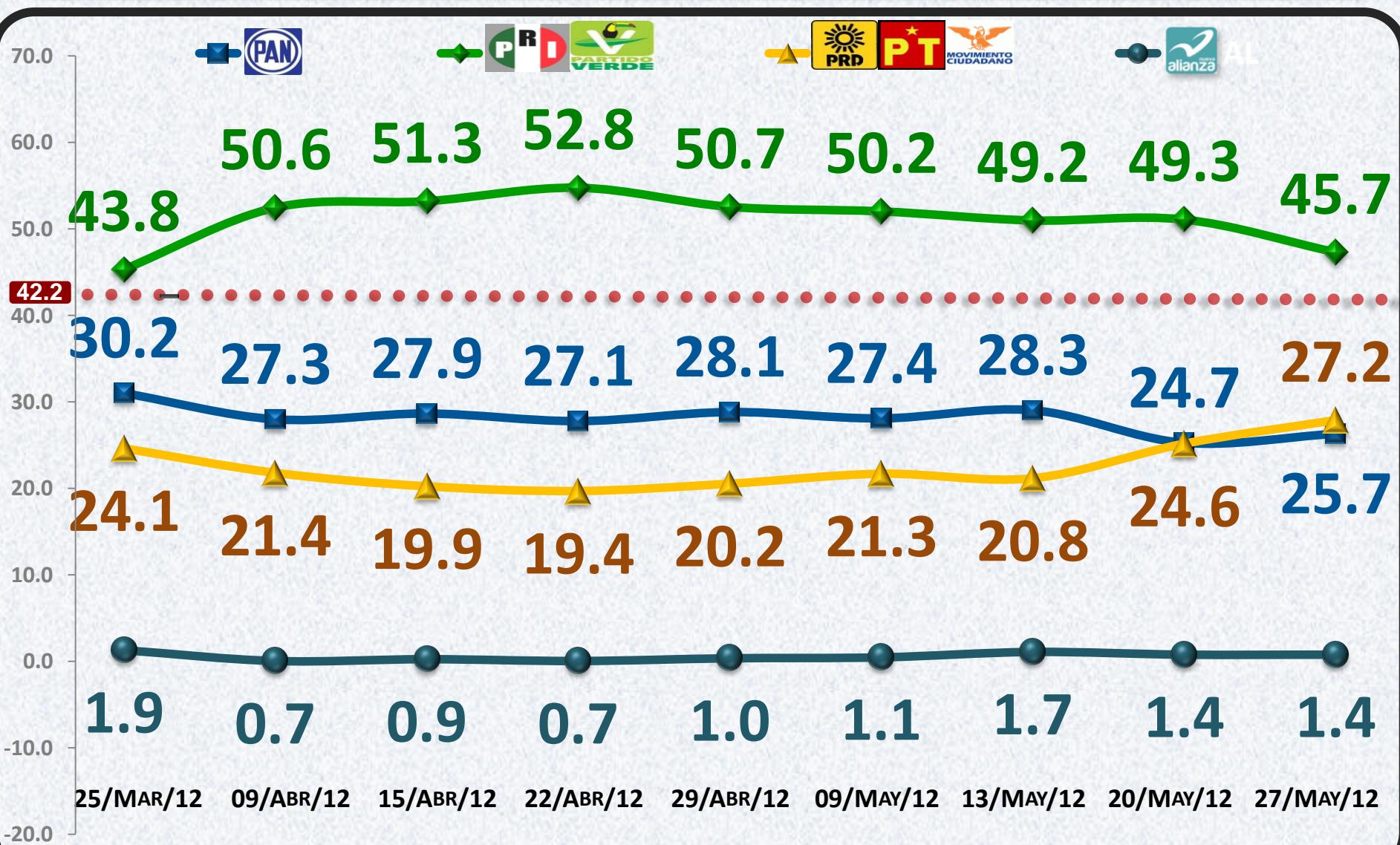


## PREFERENCIA “EFECTIVA”



# CONGRESO: LA LUCHA Vs 42.2%

% VOTACIÓN EFECTIVA



# METODOLOGÍA

<b>ÚLTIMAS 21 FECHAS DE REALIZACIÓN DE ESTA SERIE</b>	23 al 29 de Mayo de 2011 24 al 27 de Junio de 2011 27 al 31 de Julio de 2011 20 al 24 de Agosto de 2011 22 al 26 Septiembre 2011 20 al 24 de Octubre 2011 21 al 27 de Noviembre 2011	26 al 29 de Diciembre 2011 14 al 18 de Enero 2012 6 al 8 de Febrero de 2012 17 al 20 de Febrero 2012 08 al 11 de Marzo 2012 22 al 25 de Marzo 2012 07 al 09 de Abril 2012	13 al 15 de Abril 2012 20 al 22 de Abril 2012 27 al 29 de Abril 2012 07 al 09 de Mayo 2012 11 al 13 de Mayo 2012 18 al 20 de Mayo 2012 25 al 27 de Mayo 2012
<b>TAMAÑO DE MUESTRA</b>	<p><b>1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar en cada encuesta.</b></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>		
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</b>	<p>El estudio fue llevado a cabo <b>en viviendas</b> particulares de territorio nacional a través de entrevistas “<i>cara a cara</i>” 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).</p>		
<b>ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA</b>	<p>Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales <b>DE LAS 32 ENTIDADES DEL PAÍS</b> 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 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.</p>		

# METODOLOGÍA

PERFIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA	Sexo	%	NSE AMAI (calculado con la regla 8x7 )	%
	Hombre	47.9	A/B/C+	11.2
	Mujer	52.1	C/C-	34.9
	Edad	%	D+/D/E	53.9
	De 18 a 29 años	30.4	Escolaridad	%
	De 30 a 49 años	42.6	Ninguno y primaria	30.7
	De 50 y Más años	26.9	Secundaria/preparatoria	60.7
	Circunscripción	%	Universidad y más	8.6
	1	20.1	Localidad	%
	2	21.4	Urbana	81.2
	3	15.5	Rural	18.8
	4	18.8		
	5	24.2		
CONFORMACIÓN DE LAS CIRCUNSCRIPCIONES	1.- Baja California, Baja California Sur, Sonora, Chihuahua, Sinaloa, Durango, Nayarit, Jalisco 2.-Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Zacatecas, Aguascalientes, San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro 3.-Veracruz, Oaxaca, Tabasco, Chiapas, Campeche, Yucatán, Quintana Roo. 4.- Guerrero, Morelos, Distrito Federal, Puebla, Tlaxcala 5.-Colima, Michoacán, Estado de México, Hidalgo			
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la <b>utilización de factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de selección</b> 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).			

# METODOLOGÍA

## ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES

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  $\pm 3.1\%$ . 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.

## ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES

Sexo	%	NSE AMAI (calculado con la regla 8x7 )	%
Hombre	$\pm 4.4$	A/B/C+	$\pm 9.2$
Mujer	$\pm 4.3$	C/C-	$\pm 5.3$
Edad	%	D+/D/E	$\pm 4.2$
De 18 a 29 años	$\pm 6.2$	Escolaridad	%
De 30 a 49 años	$\pm 4.4$	Ninguno y primaria	$\pm 5.6$
De 50 y Más años	$\pm 6.1$	Secundaria/preparatoria	$\pm 4.0$
Circunscripción	%	Universidad y más	$\pm 11.2$
1	$\pm 6.9$	Localidad	%
2	$\pm 6.6$	Urbana	$\pm 3.4$
3	$\pm 7.7$	Rural	$\pm 7.1$
4	$\pm 7.3$		
5	$\pm 6.3$	Distrito Federal	$\pm 5.6$

## PREGUNTAS ELECTORALES (UTILIZANDO BOLETA Y URNA SIMULADA CON LOGOTIPOS DE PARTIDO Y NOMBRES DE CANDIDATOS)

*Si el día de hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?*

*Si el día de hoy fuera la elección para Diputado Federal por este distrito, ¿por cuál partido votaría usted?*

# METODOLOGÍA

<b>PERSONAL INVOLUCRADO</b>	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
	<b>TASA GENERAL DE RECHAZO A LA ENTREVISTA</b>			
<b>ADVERTENCIA</b>	57.8% (incluye a viviendas desocupadas, de uso temporal, en construcción, etc)			
	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. <u>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.</u>			
<b>LEGAL</b>	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 <b>CONSULTA MITOFSKY</b> 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, <a href="mailto:edmundo.jacobo@ife.org.mx">edmundo.jacobo@ife.org.mx</a> , 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.			
<b>ACLARACIÓN</b>	"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

## CONTACTO PARA INFORMACIÓN

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](mailto:consulta@consulta.com.mx)

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](mailto:consulta@consulta.com.mx)

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](mailto:consulta@consulta.com.mx)

MEDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL: [www.consulta.mx](http://www.consulta.mx)

## CONSULTA

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](http://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.

## DERECHOS

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](http://www.consulta.mx)

## OBJETIVO DE DIFUSIÓN

**CONSULTA MITOFSKY** patrocina, realiza y difunde esta encuesta como parte de su estrategia de promoción empresarial, los resultados no pertenecen a ningún medio de comunicación, a ningún partido político ni a ninguna otra persona física o moral que no sea la propia empresa, la cual se hace responsable solo de su difusión inicial y no de las interpretaciones y comentarios que genere



# 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 (COFIPE) 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](mailto: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.



# ENCUESTAS

# PÚBLICAS

## Rumbo al 1 de julio

# PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

## SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS

ENCUESTA	MES DE LEVANTAMIENTO	Vázquez Mota	Peña Nieto	López Obrador	Quadri	No declara
CONSULTA MITOFSKY	MAY/12	20.4	35.6	21.7	1.6	20.7
EXCÉSIOR*	MAY/12	24.0	45.0	27.0	4.0	14.3
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	MAY/12	20.0	36.0	23.0	2.0	19.0
REFORMA*		En espera de actualización				
MILENIO	MAY/12	19.6	35.3	20.0	3.4	21.7
EL UNIVERSAL	MAY/12	19.4	41.9	20.9	2.1	15.7
UNOTv	MAY/12	21.0	35.0	25.0	4.0	15.0

\*PREFERENCIA EFECTIVA

# PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

## PREFERENCIA “EFEKTIVA”

PROMEDIO



**24.6**

Vázquez  
Mota



**45.1**

Peña  
Nieto



**26.9**

López  
Obrador



**3.4**

Gabriel  
Quadri

ENCUESTA

MES DE  
LEVANTAMIENTO

CONSULTA  
MITOFSKY

MAY/12

**25.7**

**44.9**

**27.4**

**2.0**

EXCÉLSIOR

MAY/12

**24.0**

**45.0**

**27.0**

**4.0**

ORGANIZACIÓN  
EDITORIAL  
MEXICANA (OEM)

MAY/12

**25.0**

**45.0**

**27.0**

**3.0**

REFORMA

En espera de actualización

MILENIO

MAY/12

**25.1**

**45.1**

**25.5**

**4.3**

EL UNIVERSAL

MAY/12

**23.1**

**49.6**

**24.8**

**2.5**

UNOTV

MAY/12

**24.7**

**41.2**

**29.4**

**4.7**

PROMEDIO

**24.6**

**45.1**

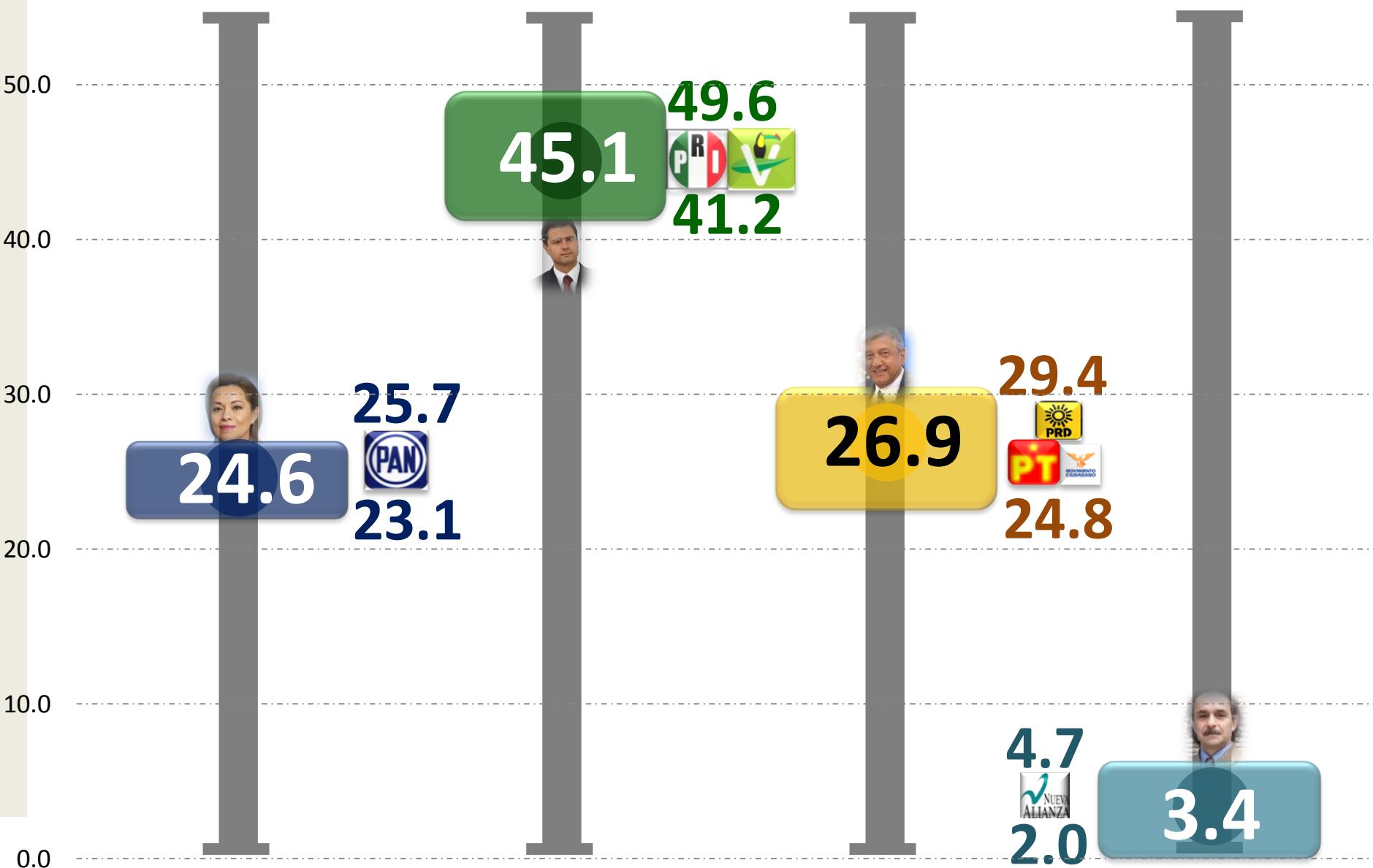
**26.9**

**3.4**

SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS

# PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

## PREFERENCIA “EFECTIVA”



# VARIACIÓN MARZO-MAYO

## ENCUESTAS PÚBLICAS 2012

% PREFERENCIA EFECTIVA



EPN

	MAR	MAY	VARIACIÓN
--	-----	-----	-----------

CONSULTA  
MITOFSKY

48.0 44.9 -3.1

EXCÉLSIOR

47.0 45.0 -2.0

ORGANIZACIÓN  
EDITORIAL  
MEXICANA (OEM)

47.0 45.0 -2.0

MILENIO

47.5 45.1 -2.4

EL UNIVERSAL

50.5 49.6 -0.9

UNOTV

44.0 41.2 -2.8

PROMEDIO

47.3 45.1 -2.2



JVM

	MAR	MAY	VARIACIÓN
--	-----	-----	-----------

28.9 25.7 -3.2

30.0 24.0 -6.0

31.0 25.0 -6.0

29.8 25.1 -4.7

28.1 23.1 -5.0

27.4 24.7 -2.7

29.2 24.6 -4.6



AMLO

	MAR	MAY	VARIACIÓN
--	-----	-----	-----------

22.7 27.4 +4.7

22.0 27.0 +5.0

21.0 27.0 +6.0

21.6 25.5 +3.9

20.1 24.8 +4.7

27.4 29.4 +2.0

22.5 26.9 +4.4



GQT

	MAR	MAY	VARIACIÓN
--	-----	-----	-----------

0.4 2.0 +1.6

1.0 4.0 +3.0

1.0 3.0 +2.0

1.1 4.3 +3.2

1.3 2.5 +1.2

1.2 4.7 +3.5

1.0 3.4 +2.4

# DETALLE DE ENCUESTAS NACIONALES

ENCUESTA	FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
 <b>CONSULTA MITOFSKY</b>	<b>25 al 27 de mayo de 2012</b>	<b>29 de mayo de 2012</b>
 <b>EXCELSIOR</b> <a href="http://www.excelsior.com.mx">www.excelsior.com.mx</a>	19 al 23 de mayo de 2012	28 de mayo 2012
 <b>El Sol de México</b> <small>DEM</small>	23 al 26 de mayo de 2012	28 de mayo 2012
 <b>MILENIO</b>	26 al 28 de mayo de 2012	28 de mayo 2012
 <b>EL UNIVERSAL</b> <small>EL GRAN DIARIO DE MÉXICO</small>	07 al 10 de mayo de 2012	14 de mayo 2012
 <b>UNOTV</b>	10 al 13 de mayo de 2012	21 de mayo 2012
 <b>DE LAS HERAS</b>		

## Más encuestas en vivienda publicadas en los 30 días anteriores

ENCUESTA	PREFERENCIAS DIFUNDIDAS				FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
	JVM	EPN	AMLO	GQT		
 <b>GrupoFórmula</b>	<b>28.2</b>	<b>43.6</b>	<b>25.7</b>	<b>2.4</b>	18 al 20 de mayo de 2012	<b>21 de mayo 2012</b>
 <b>Ipsos</b>	<b>25.0</b>	<b>43.0</b>	<b>28.0</b>	<b>4.0</b>	17 al 22 mayo de 2012	<b>29 Mayo 2012</b>
 <b>ElFinanciero</b>	<b>24.1</b>	<b>50.0</b>	<b>23.4</b>	<b>2.5</b>	10 al 14 de mayo de 2012	<b>17 mayo 2012</b>
 <b>Covarrubias y Asociados</b>	<b>26.0</b>	<b>40.0</b>	<b>30.0</b>	<b>4.0</b>	13 al 16 de mayo de 2012	<b>20 mayo 2012</b>
 <b>UNOTV</b>	<b>26.0</b>	<b>39.0</b>	<b>31.0</b>	<b>4.0</b>	10 al 13 de mayo de 2012	<b>21 de mayo 2012</b>
 <b>* DE LAS HERAS</b>						

\*Modelo de proyección, la pregunta electoral se reporta en las hojas anteriores



# ALGO DE HISTORIA ELECTORAL



Preferencias

# COMPARATIVO DE PREFERENCIAS

## % EFECTIVO

MAYO  
2000

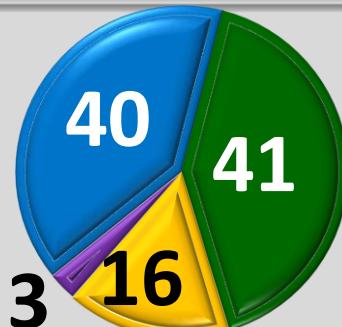
- VFQ
- FLO
- CCS
- OTRO



CONSULTA MITOFSKY

SIN  
DATOS

PROMEDIO 9 ENCUESTAS PÚBLICAS

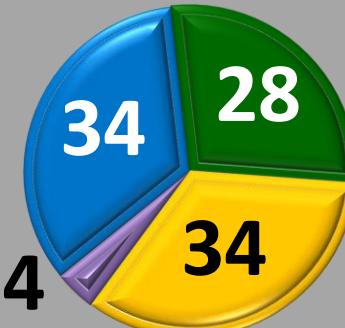


MAYO  
2006

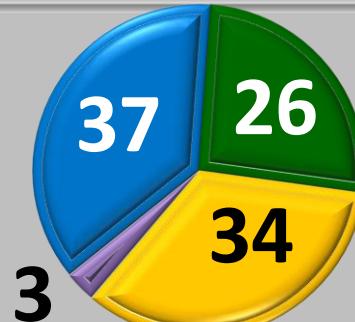
- FCH
- RMP
- AMLO
- OTRO



CONSULTA MITOFSKY



PROMEDIO 10 ENCUESTAS PÚBLICAS



MAYO  
2012

- JVM
- EPN
- AMLO
- GQT

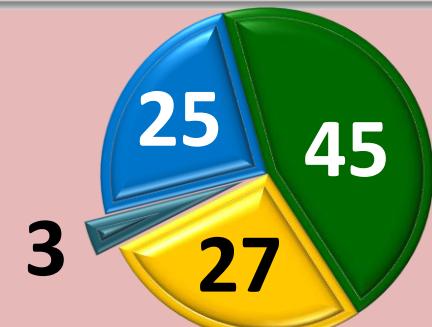


CONSULTA MITOFSKY

2

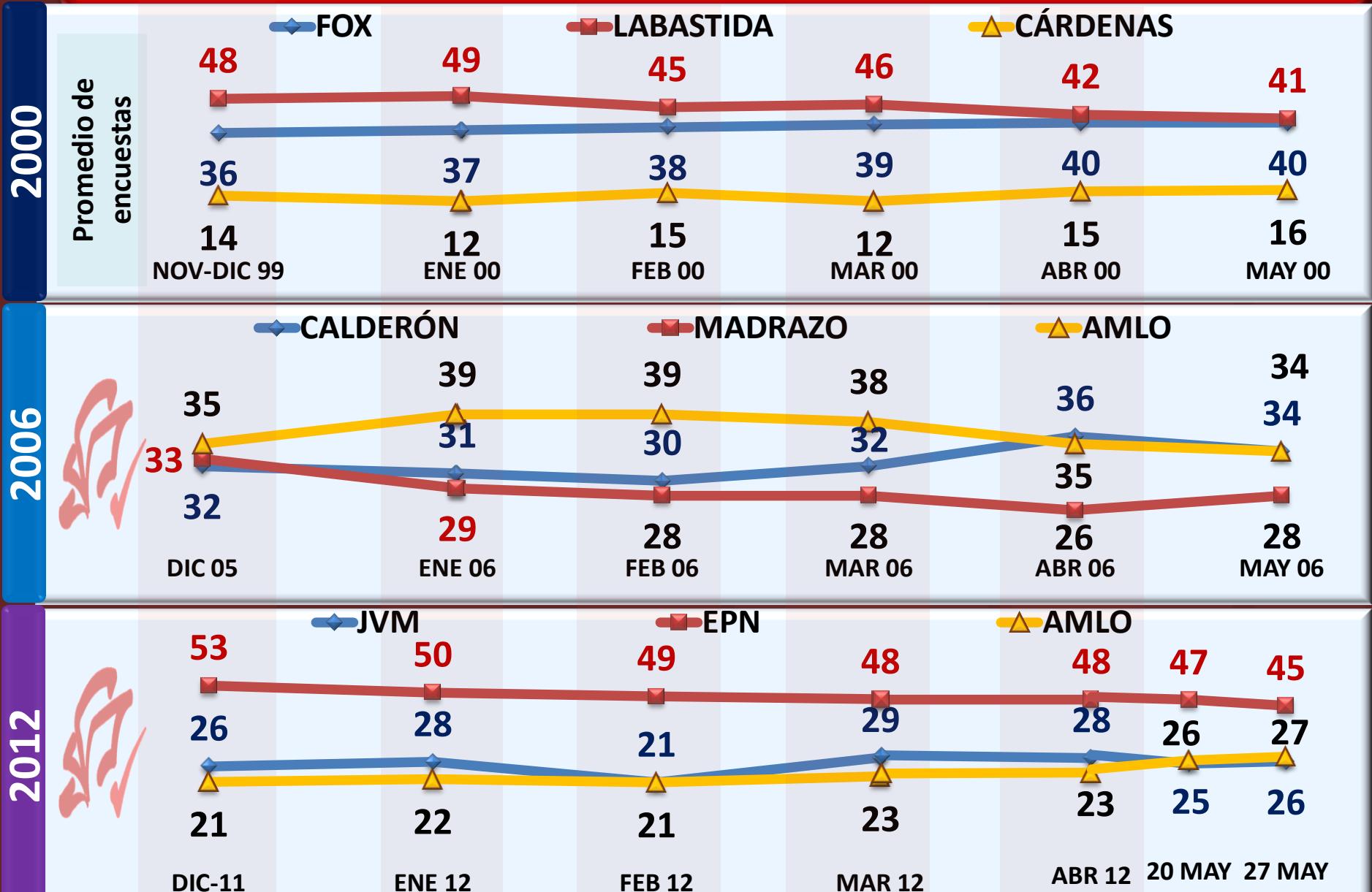


PROMEDIO 6 ENCUESTAS PÚBLICAS



# ENCUESTAS DICIEMBRE-MAYO

## 2000-2006-2012



# VOTOS CON LOS QUE HAN GANADO

		% EFECTIVO	VOTOS EFECTIVOS
1988	 SALINAS	50.7	9,641,329
1994	 ZEDILLO	50.2	17,181,651
2000	 Fox	43.9	15,989,636
2006	 CALDERÓN	36.9	15,000,284