

2012 LA ELECCIÓN



PREFERENCIAS CIUDADANAS

No. 24- junio 05, 2012

Faltan...
26 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



Presentación

Inicia el último mes de campañas y se acerca el segundo y último de los debates presidenciales el próximo domingo 10 de junio; la campaña inició con cierta lentitud pero está cerrando a buen ritmo con una agenda que no se previó por ninguno de los equipos al inicio de los 90 días que iniciaron el 30 de marzo y finalizarán el 27 de junio. Los eventos que están alcanzando a las campañas antes del debate son:

(1) Marchas magisteriales en varios lugares del país; (2) Movimientos juveniles iniciados el 11 de mayo en la Universidad Iberoamericana y mantenidos en redes sociales y en marcha en busca de democratización de los medios de comunicación; (3) Discusiones sobre los financiamientos y los gastos de los candidatos; (4) Una creciente polarización aunque ahora no es tan clara como en 2006 que eran 2 grupos ya que ahora son 3 los contendientes con posibilidades.

Además de ellos el país sigue su marcha y el ciudadano se enfrenta a las problemáticas tradicionales que terminan influyendo en su decisión de voto, la cual ya está cerca de manifestar en la urna el 1 de julio. Mientras tanto seguiremos cada semana reportando la forma en que cambian las opiniones ciudadanas hacia partidos y candidato en la página www.consulta.mx donde además pueden ser consultados varios estudios de forma gratuita.



A destacar...

- 1) Prácticamente 9 de cada 10 mexicanos ya saben que la elección presidencial será el mes que entra aunque solamente 6 conocen la fecha exacta; la campaña parece haber entrado a una etapa de ataques dejando fuera a las propuestas ya que todos los candidatos sufren una pérdida de imagen y se incrementan sus negativos.
- 2) En las preferencias para presidente sigue adelante EPN con 35.8% seguido por 24.0% de AMLO, de 20.8% de JVM y 1.6% de Quadri, resultando ahora 17.8% de ciudadanos que no responden la pregunta electoral. Al hacer las preferencias “efectivas” EPN logra el 43.6% de las preferencias, AMLO 29.2%, JVM 25.3% y Quadri 1.9%, lo anterior significaría que AMLO sube por 4ta semana consecutiva casi dos puntos esta semana; EPN baja un punto; JVM se mantienen en los mismos números desde hace 3 semanas y Quadri perdió el impulso del 1er debate y otra vez aparece en zona de no-registro por lo que espera el 2do. debate para volver a comunicar sus propuestas.
- 3) Mientras las preferencias por EPN y AMLO son mejores entre hombres, a JVM le va mejor entre mujeres donde obtiene en promedio 6 puntos porcentuales más; Mientras AMLO ha logrado homogeneizar las preferencias en todos los grupos de edad, JVM tiene deficiencias en los mayores de 50 años donde es claramente el 3er lugar y EPN sube sus preferencias de 32% hasta 39% conforme sube el grupo de edad; por regiones, EPN aventaja claramente en el norte al PAN y en el sur al PRD; pero pelea fuertemente con el PAN en el Bajío y va abajo del PRD en el centro del país.



A destacar...

- 4) De quienes tienen decidido su voto, aun hay 17% de preferencias volátiles, de las cuales 6 puntos corresponden a votantes que hoy son de EPN, 5 de JVM, 5 de AMLO y 1 de Quadri; En lo que respecta al voto estratégico, los simpatizantes de AMLO tienen igual predilección por EPN y por JVM en una segunda preferencia; los simpatizantes de EPN de manera similar hoy tienen iguales simpatías por AMLO y JVM como segunda opción; y en el caso de los que hoy prefieren a JVM que ocupa el 3er lugar, su segunda preferencia se inclina ligeramente más por EPN que por AMLO, de cada punto que hoy perdiera ella, 0.59 se irían con EPN y 0.41 con AMLO.
- 5) En la percepción de triunfo, se mantiene en 47% los que dicen que ganará EPN pero por primera vez el porcentaje que dice que ganará AMLO pasa al de JVM, 20% vs 19%.
- 6) Para el congreso, 19% de los ciudadanos dicen que piensan votar en forma diferenciada en las boletas de presidente y diputado, hace 6 años ese porcentaje era 24%. Hoy las preferencias están en 35% para PRI-PVEM, 23% para los partidos de izquierda que desde la semana pasada superaron el PAN que ahora tiene 20% y el PANAL 2%. En términos efectivos el PRI-PVEM llega a 44%, la izquierda a 29%, el PAN a 25% y el PANAL a 2%, lo que se puede leer de varias maneras: El PRI está solamente a 2 puntos de perder la oportunidad de obtener la mayoría absoluta en la cámara de diputados y los 4 partidos “pequeños” están en peligro de no llegar al 2% y su registro se puede perder, aunque las estructuras territoriales de cada uno tratará de mantenerlo más allá de las preferencias.

A destacar...

- 7) Aumenta ligeramente el interés por ver el segundo debate respecto al primero, ese aumento se concentra en simpatizantes de Quadri y de independientes, que no lo mostraban antes del debate del 6 de mayo; Al igual que en el debate anterior, hay un sentimiento general de que EPN ganará el debate pero ahora en segundo lugar aparece AMLO, exactamente reproduciendo las preferencias electorales, lo que muestra que más que una respuesta racional se capta un deseo ligado a la preferencia.
- 8) Para ejemplificar lo anterior se ve como los simpatizantes de cada uno de los 4 candidatos creen que ese será el ganador, por eso destaca el pensamiento de los independientes donde 19% dice que ganará EPN, 9% que será AMLO, 6% JVM 3% Quadri y 11% ninguno, los demás no tienen una idea clara; respecto a la idea sobre quien perderá el debate, los simpatizantes de JVM y de AMLO apuestan a que sea EPN quien perderá, en cambio los de Quadri, los independientes y los de EPN opinan que será JVM la que peor se desenvuelva.
- 9) 13% de mexicanos dicen que el debate puede hacerlos modificar sus preferencias, ellos no son de un solo candidato, ellos tienen una preferencia de 24% para JVM, 23% para EPN y 19% para AMLO, es decir, los 3 tienen segmentos similares que defender el próximo domingo 10 de junio. Al final, la expectativa es que el debate será mejor (46%), más entretenido (65%), más agresivo (68%); con más audiencia (60%), pero sólo 33% dice que será importante y 45% lo considera irrelevante.

A destacar...

- 10) Presentamos 7 encuestas públicas levantadas para medios en los últimos días y como ha pasado desde el principio la delantera la lleva EPN en todas; como ocurre desde hace 15 días todas ya ubican a AMLO en segundo lugar y en consecuencia a JVM en tercer lugar. Los promedios, para quien quiera considerarlos (a algunos no les gustan) muestran a EPN con 42.9%, a AMLO con 29.0% a JVM con 24.6% y a Quadri con 3.5%. (El reporte también presenta otras 4 encuestas no promediadas y un modelo de probables votantes que se han difundido en el último mes por si se quieren considerar en el análisis de cada quien).
- 11) Al analizar el efecto de la campaña en las preferencias tomando las 7 encuestas que hemos seguido vemos que quien más ha subido es AMLO con 7 puntos en promedio y después Quadri con 2; en contraparte de marzo a principios de junio JVM ha bajado 5 puntos y EPN ha bajado en promedio 4.
- 12) Hace 12 años, justo antes de la elección, las encuestas mostraban una contienda casi empatada (un punto arriba Labastida en el promedio y un punto adelante Fox en encuesta de Consulta-Mitofsky) y el resultado no fue ese ya que ganó Fox por 6 puntos. Hace 6 años en la primer quincena de junio AMLO aventajaba a Calderón por dos puntos en el promedio y por 3 puntos en la encuesta de Consulta-Mitofsky, el resultado es ya conocido mucho más cerrado. Hoy el promedio de encuestas le da a EPN una ventaja de 14 puntos en el promedio y en las encuestas de Consulta-Mitofsky.
- 13) Para quienes quieran conocerla, mandamos un ejemplo de lo que será la boleta presidencial ahora en 2012 y su comparación con la de 2006, como se verá ahora ya no hay coaliciones que unan partidos sino que cada uno aparecerá por separado.



CONTENIDO

1. CONTEXTO DE CAMPAÑA

2. PREFERENCIA, VOTO VOLÁTIL, DURO, ESTRATÉGICO

3. LA OTRA CONTIENDA: EL CONGRESO

4. EXPECTATIVAS AL SEGUNDO DEBATE

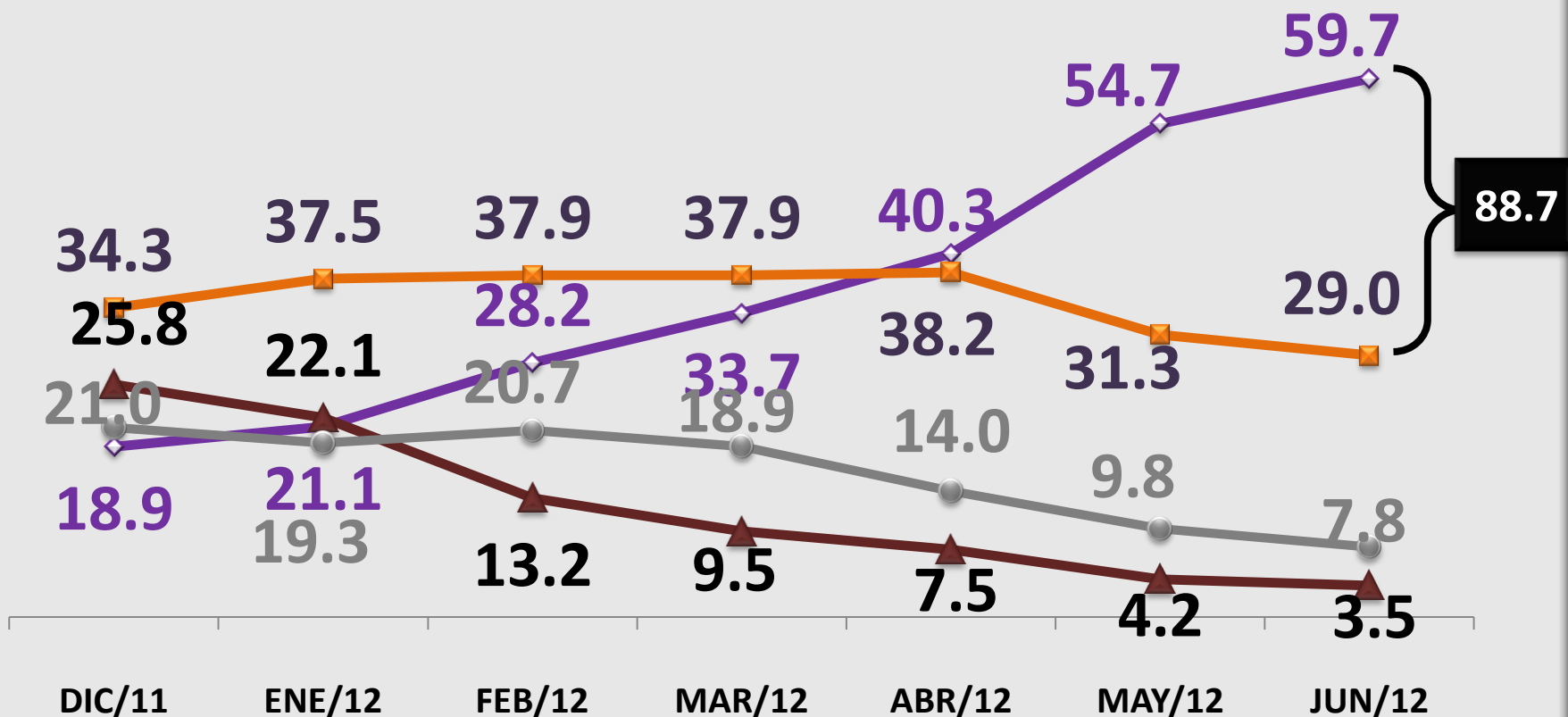
5. METODOLOGÍA

6. RECOPIACIÓN DE ENCUESTAS

7. RECORDANDO ELECCIONES ANTERIORES

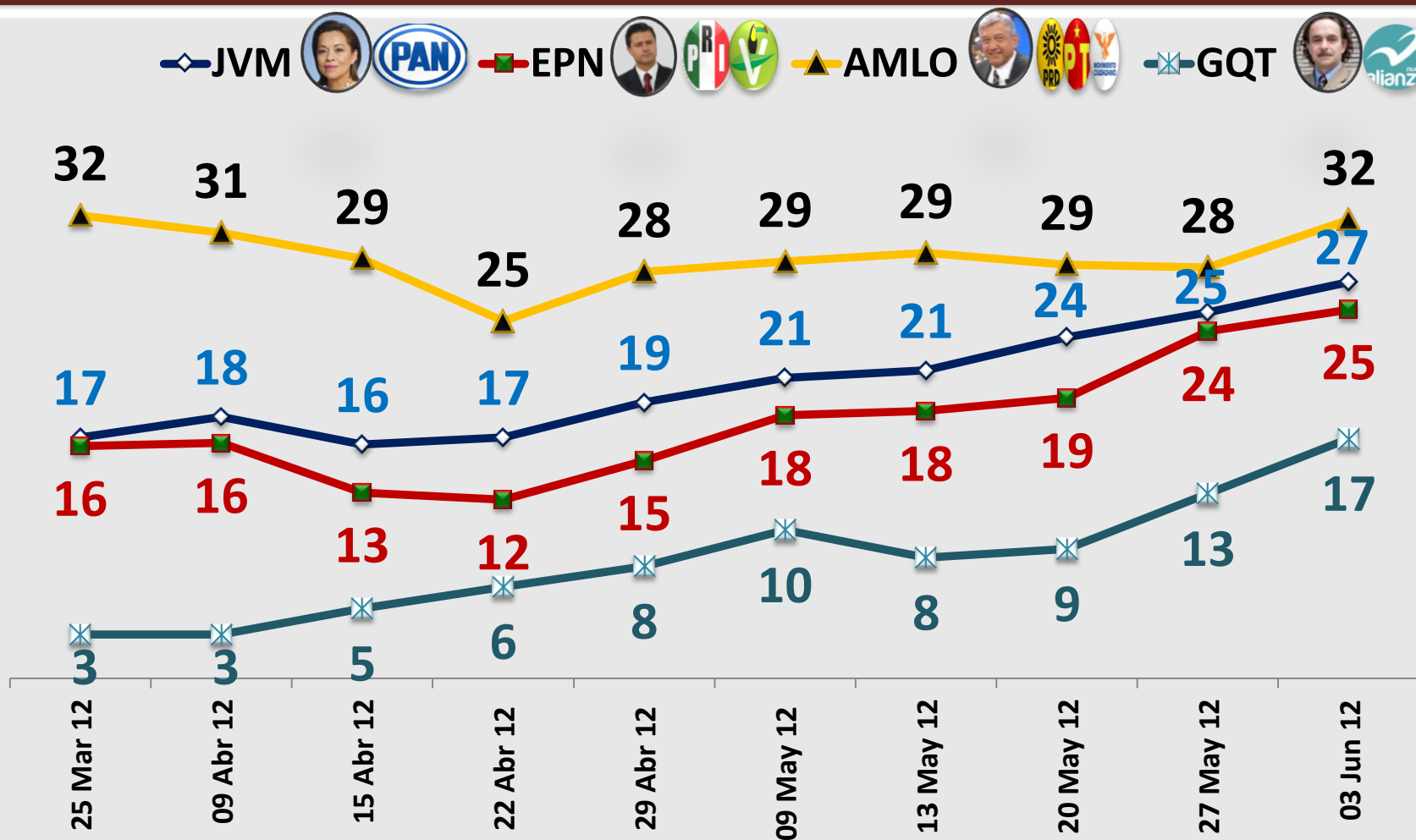
¿CUÁNDO SERÁN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES?

◆ 1 DE JULIO 2012 ■ JULIO 2012 ▲ EN EL 2012 ● OTRA / NO SABE



Presidenciables

IMAGEN NEGATIVA CANDIDATOS PRESIDENCIALES



Presidenciables

CONOCIMIENTO Y OPINIÓN

03 JUNIO 2012

CONOCIMIENTO Y SALDO DE OPINIÓN
ENTRE TODOS LOS CIUDADANOS

| | % QUE LO CONOCE | OPINIÓN | | SALDO OPINIÓN |
|----------------------------|-----------------------|---------|------|------------------|
| | | BUENA | MALA | |
| Enrique Peña Nieto | 99 | 34 | 25 | 9 |
| Andrés M. López O. | 98 | 27 | 32 | -5 |
| Josefina Vázquez Mota | 96 | 23 | 27 | -4 |
| Gabriel Quadri de la Torre | 73 | 7 | 17 | -10 |

*NO SE INCLUYE LA RESPUESTA "REGULAR"

PREFERENCIA EFFECTIVA PARA PRESIDENTE



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)

03 JUNIO 2012

PREFERENCIA "BRUTA"

21



Vázquez Mota

36



Peña Nieto

24



López Obrador

2



Gabriel Quadri

17



No
declara

PREFERENCIA "EFECTIVA"

25



Vázquez Mota

44



Peña Nieto

29



López Obrador

2

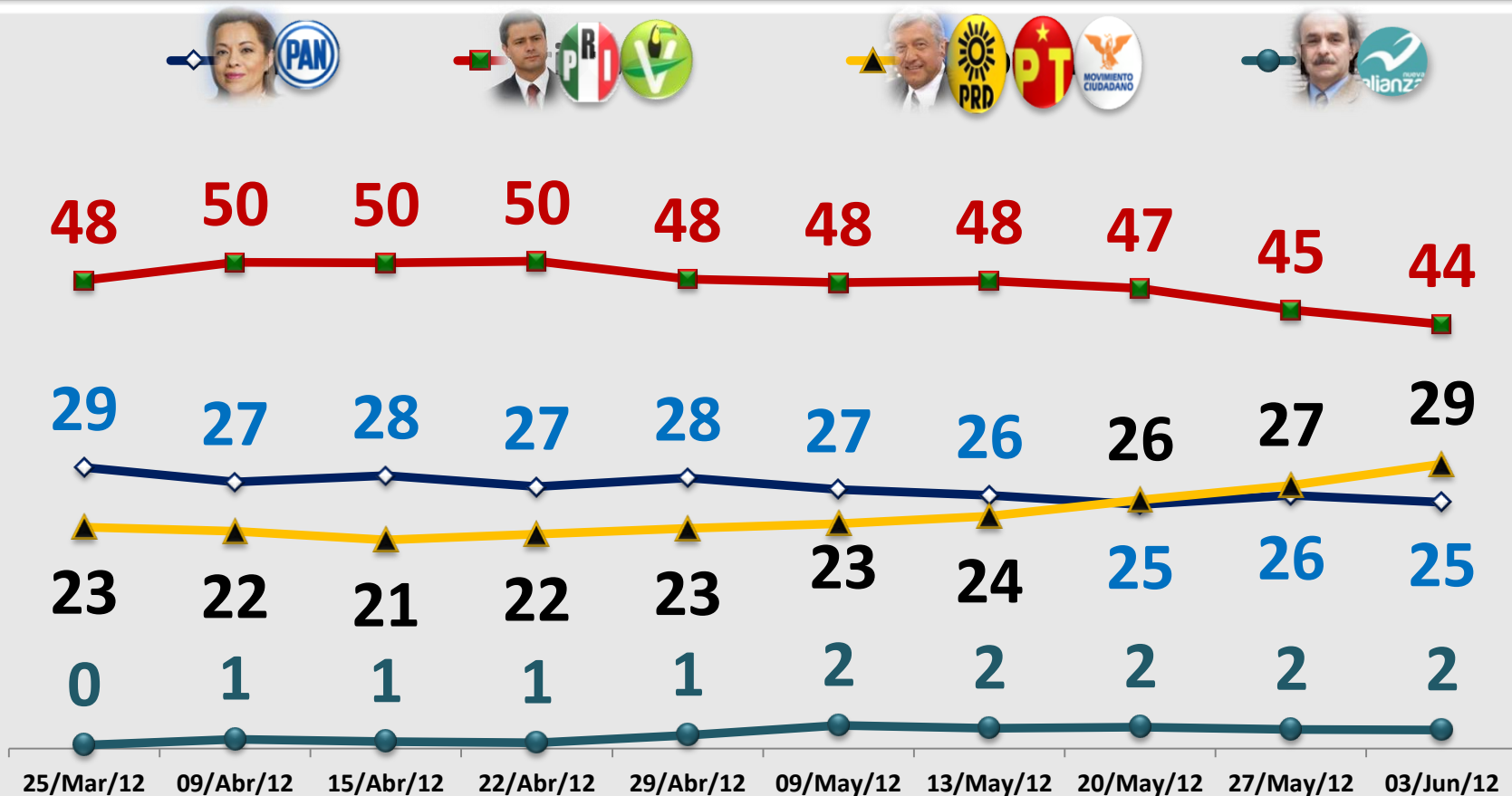


Gabriel Quadri



Preferencias

PREFERENCIA EFECTIVA PRESIDENTE MÉXICO

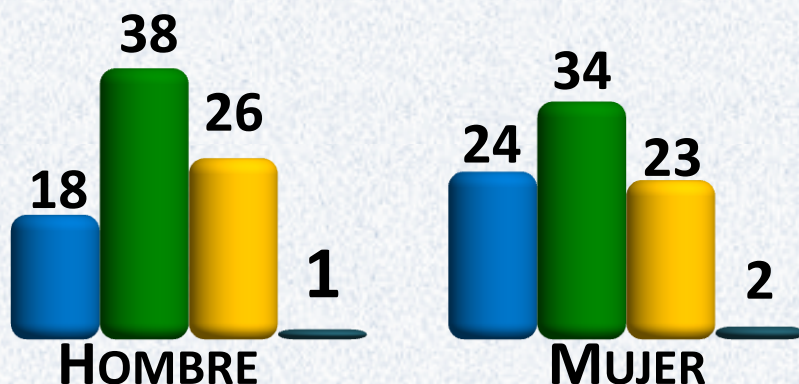


PREFERENCIA PARA PRESIDENTE POR SEGMENTOS

03 JUNIO 2012



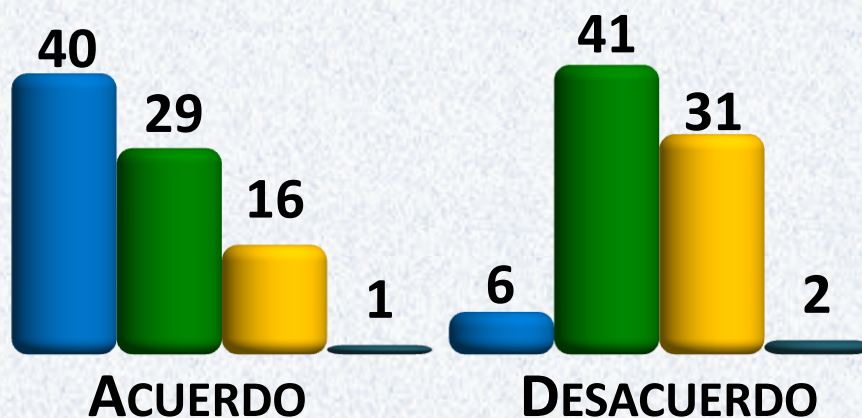
SEXO



EDAD



APROBACIÓN PRESIDENCIAL



REGIÓN



*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A LOS QUE NO DECLARAN PREFERENCIA

PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

03 JUNIO 2012





Preferencia dura y volátil

DATOS
"EFECTIVOS"

Preferencia
Todos

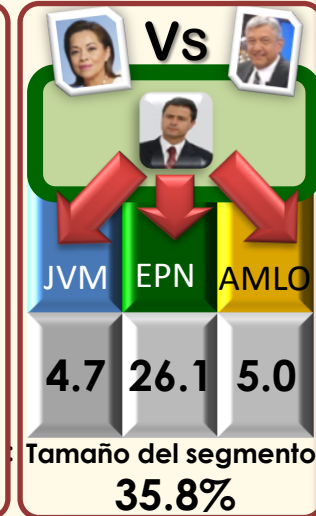
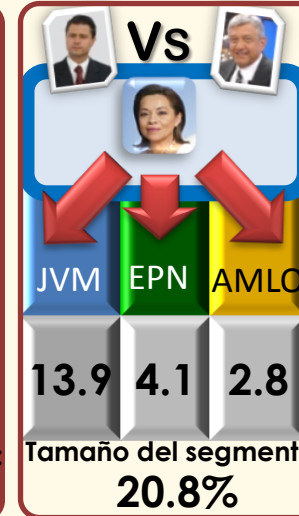
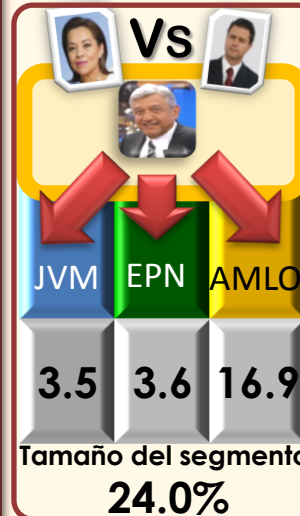
Preferencia
Dura

Preferencia
volátil

| | | | |
|---|-------|------|------|
|  JVM | 25.3 | 20.2 | 5.1 |
|  EPN | 43.6 | 37.2 | 6.4 |
|  AMLO | 29.2 | 24.2 | 5.0 |
|  GQT | 1.9 | 1.2 | 0.7 |
| Total | 100.0 | 82.8 | 17.2 |

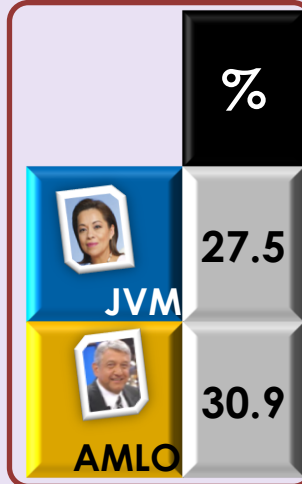
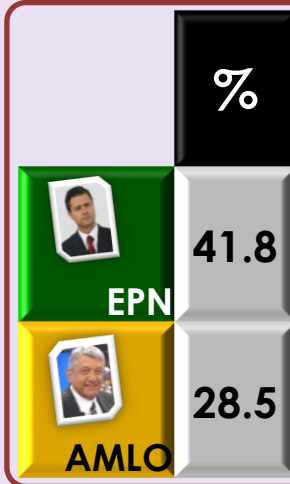
Voto Estratégico

SI LA FINAL FUERA:



Simulación de Segunda Vuelta

SI LA FINAL FUERA:



¿Quién cree que ganará la elección?



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

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



LA OTRA CONTIENDA: CONGRESO

VOTO PRESIDENTE Y VOTO DIPUTADO

JUNIO 2006



JUNIO 2012

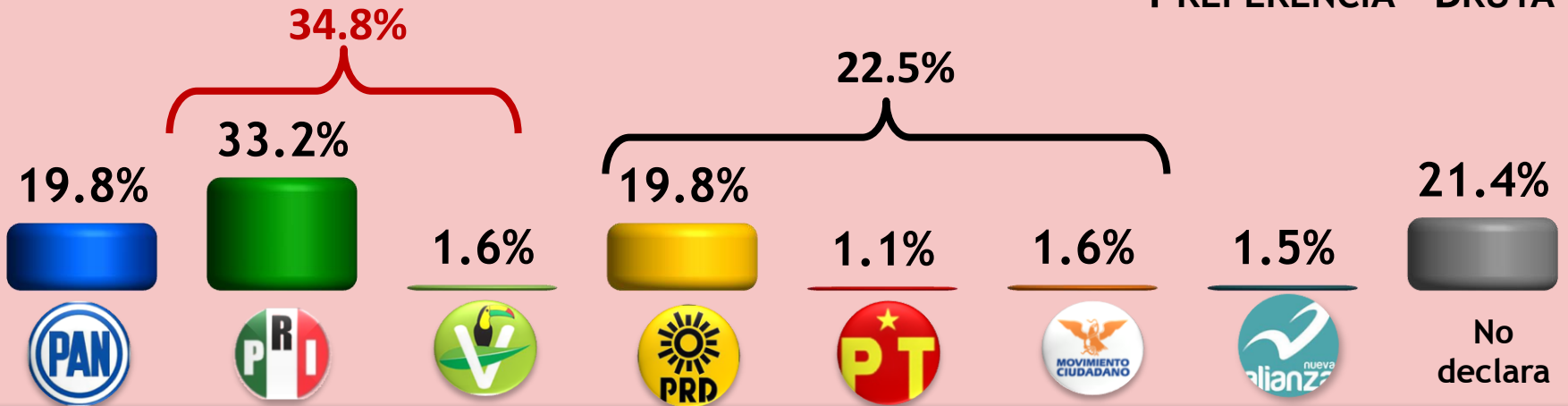


PREFERENCIA DIPUTADO FEDERAL

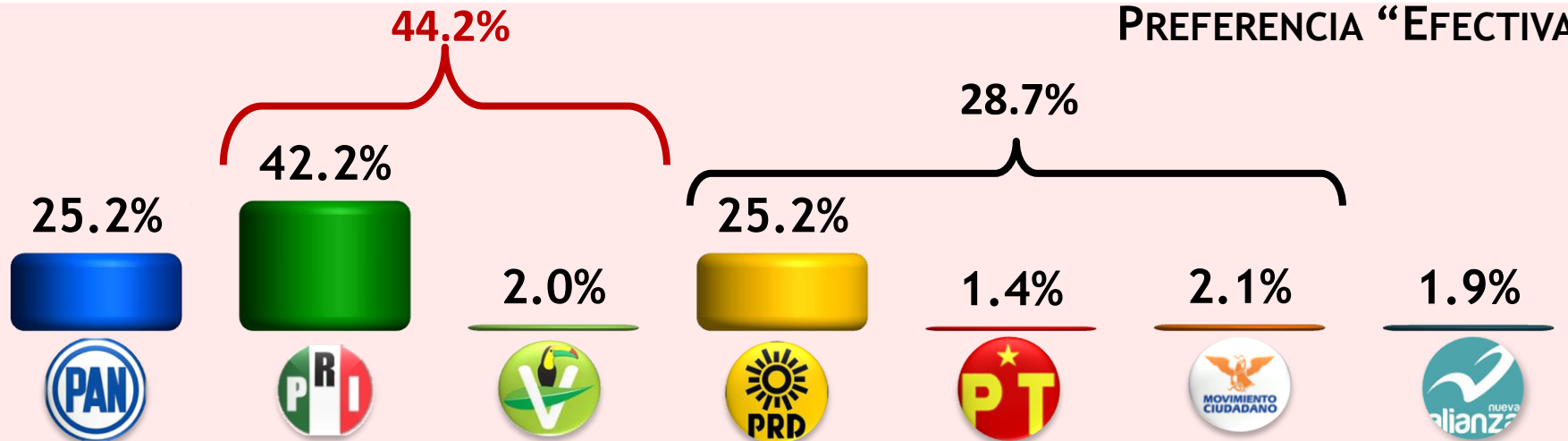
(SIN MENCIONAR CANDIDATOS)

03 JUNIO 2012

PREFERENCIA "BRUTA"

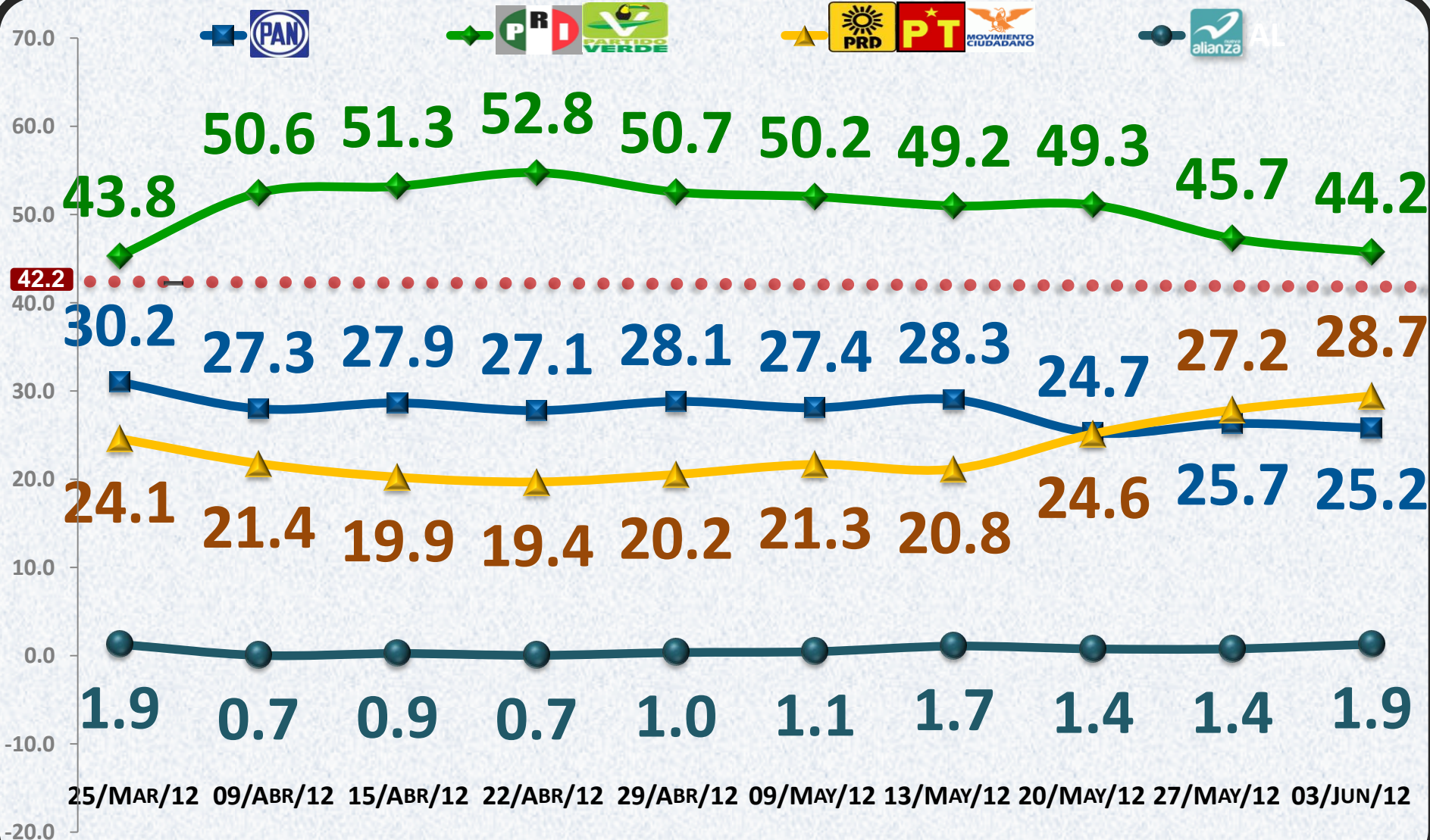


PREFERENCIA "EFECTIVA"



CONGRESO: LA LUCHA Vs 42.2%

% VOTACIÓN EFECTIVA





PRE-DEBATE 2

10 DE JUNIO 2012

INTERÉS EN EL DEBATE

03 JUNIO 2012

Todos los Ciudadanos

| | 1er. DEBATE (06/Mayo/12) | 2do. DEBATE (10/Junio/12) |
|---------|--------------------------------|---------------------------------|
| MUCHO | 34.5 | 35.7 |
| REGULAR | 31.7 | 34.5 |
| POCO | 17.1 | 18.2 |
| NADA | 11.3 | 8.8 |
| NS/NC | 5.4 | 2.8 |
| TOTAL | 100.0 | 100.0 |

Sólo % “mucho + regular interés”

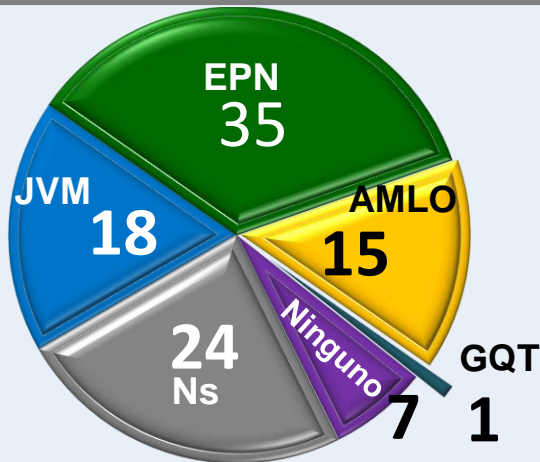
| Preferencia | 1er. DEBATE (06/Mayo/12) | 2do. DEBATE (10/Junio/12) |
|-------------|--------------------------------|---------------------------------|
| JVM | 76.4 | 71.3 |
| EPN | 72.5 | 75.6 |
| AMLO | 73.8 | 74.2 |
| GQT | 60.3 | 75.8 |
| NS/NC | 40.7 | 53.0 |
| TODOS | 66.2 | 70.2 |

EXPECTATIVA DE GANADOR Y PERDEDOR

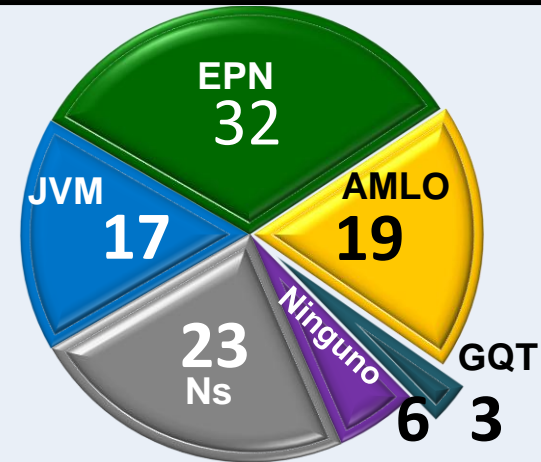
03 JUNIO 2012

¿QUIÉN CREE QUE GANARÁ EL DEBATE?

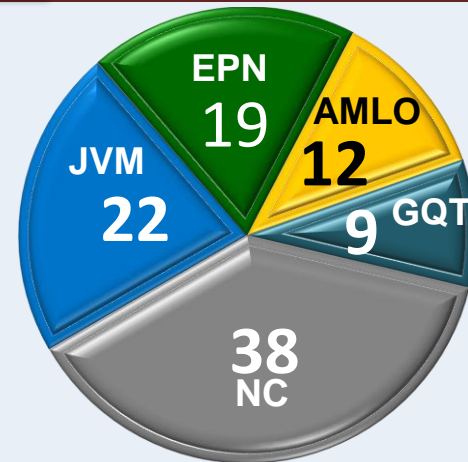
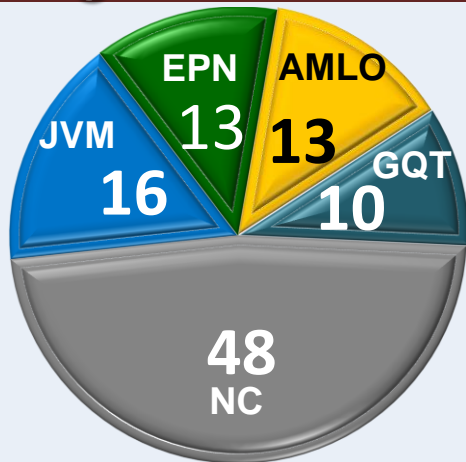
Primer debate



Segundo debate











¿QUIÉN CREE QUE PERDERÁ EL DEBATE?



CADA QUIEN ESPERA SU DEBATE

03 JUNIO 2012


¿QUIÉN CREE QUE GANARÁ EL DEBATE?

| Preferencia | JVM  | EPN  | AMLO  | GQT  | NINGUNO | Ns/Nc | TOTAL |
|--|--|--|--|--|---------|-------|-------|
| JVM  | 66.5 | 5.7 | 4.2 | 1.2 | 3.9 | 18.5 | 100.0 |
| EPN  | 2.7 | 72.4 | 3.3 | 1.5 | 3.4 | 16.7 | 100.0 |
| AMLO  | 3.3 | 5.0 | 63.7 | 3.6 | 5.8 | 18.6 | 100.0 |
| GQT  | 2.5 | 9.4 | 1.6 | 55.5 | 12.7 | 18.3 | 100.0 |
| NO DECLARA | 6.3 | 19.3 | 9.7 | 2.7 | 11.9 | 50.1 | 100.0 |
| TODOS LOS CIUDADANOS | 16.5 | 32.2 | 18.7 | 3.0 | 5.8 | 23.8 | 100.0 |

CADA QUIEN ESPERA SU DEBATE

03 JUNIO 2012

¿QUIÉN CREE QUE PERDERÁ EL DEBATE?

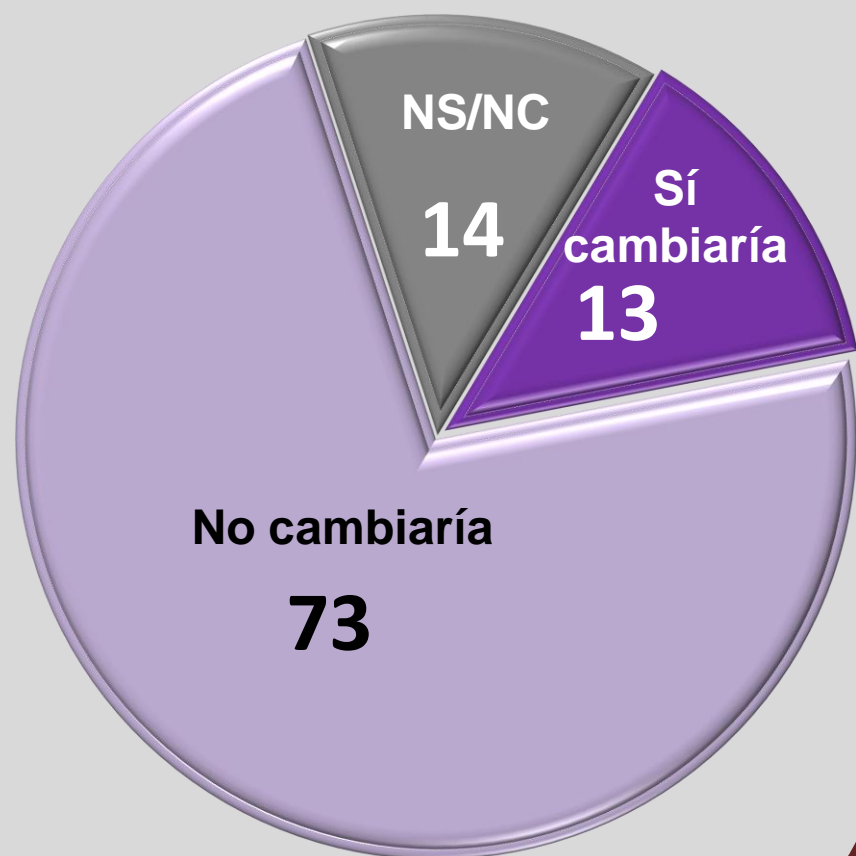
| Preferencia | JVM  | EPN  | AMLO  | GQT  | NINGUNO | Ns/Nc | TOTAL |
|--|--|--|--|--|---------|-------|-------|
| JVM  | 4.1 | 39.2 | 16.6 | 8.8 | 4.3 | 27.0 | 100.0 |
| EPN  | 36.1 | 4.8 | 19.8 | 8.6 | 4.1 | 26.6 | 100.0 |
| AMLO  | 24.5 | 30.8 | 2.2 | 10.6 | 6.3 | 25.6 | 100.0 |
| GQT  | 25.6 | 16.9 | 5.5 | 9.7 | 12.2 | 30.1 | 100.0 |
| NO DECLARA | 11.7 | 9.7 | 6.6 | 8.1 | 11.0 | 52.9 | 100.0 |
| TODOS LOS CIUDADANOS | 22.2 | 19.0 | 12.4 | 9.0 | 6.1 | 31.3 | 100.0 |

EL DEBATE PUEDE O NO PUEDE CAMBIAR SU PREFERENCIA

¿Cree que el debate
cambiará su preferencia?

03 JUNIO 2012

Preferencia de
quienes dicen SÍ
puede cambiar con
el debate

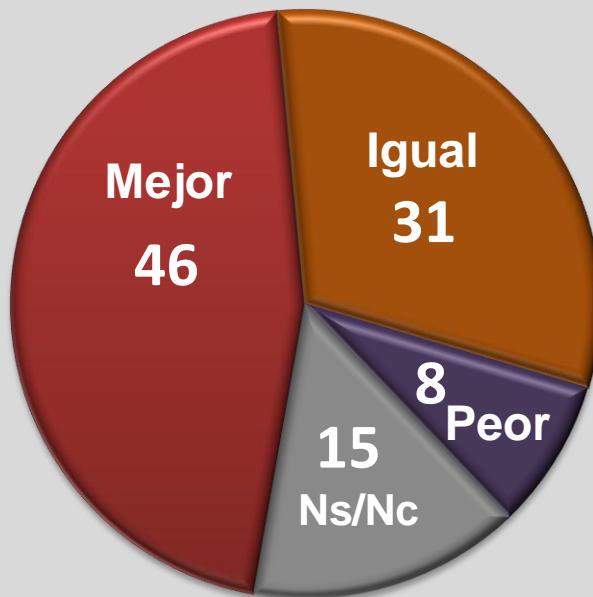


| | |
|--|-------|
|   | 24.0 |
|    | 22.5 |
|    | 19.2 |
|   | 2.7 |
| No declara | 31.6 |
| Total | 100.0 |

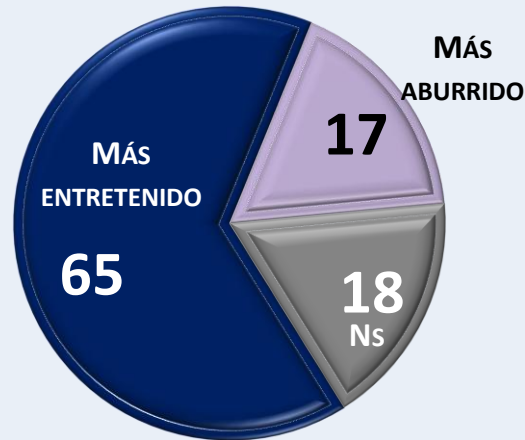
EL SEGUNDO DEBATE RESPECTO AL PRIMERO

03 JUNIO 2012

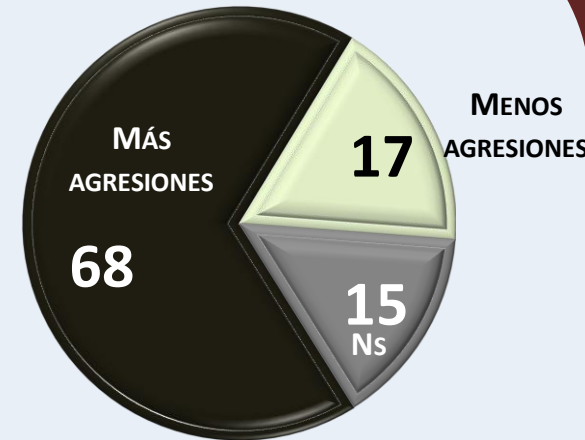
¿Mejor o Peor?



¿Más entretenido o más aburrido?



¿Más o menos agresiones?



¿Lo verá más o menos personas?



¿Importante o Irrelevante para definir su voto?



METODOLOGÍA

ÚLTIMAS 21 FECHAS DE REALIZACIÓN DE ESTA SERIE

| | | |
|----------------------------|---------------------------|------------------------|
| 24 al 27 de Junio de 2011 | 6 al 8 de Febrero de 2012 | 07 al 09 de Mayo 2012 |
| 27 al 31 de Julio de 2011 | 17 al 20 de Febrero 2012 | 11 al 13 de Mayo 2012 |
| 20 al 24 de Agosto de 2011 | 08 al 11 de Marzo 2012 | 18 al 20 de Mayo 2012 |
| 22 al 26 Septiembre 2011 | 22 al 25 de Marzo 2012 | 25 al 27 de Mayo 2012 |
| 20 al 24 de Octubre 2011 | 07 al 09 de Abril 2012 | 01 al 03 de Junio 2012 |
| 21 al 27 de Noviembre 2011 | 13 al 15 de Abril 2012 | |
| 26 al 29 de Diciembre 2011 | 20 al 22 de Abril 2012 | |
| 14 al 18 de Enero 2012 | 27 al 29 de Abril 2012 | |

TAMAÑO DE MUESTRA

1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar en cada encuesta.
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”.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

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).

ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA

Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales **DE LAS 32 ENTIDADES DEL 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 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.

METODOLOGÍA

PERFIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

| Sexo | % | NSE AMAI (calculado con la regla 8x7) | % |
|------------------|------|---|------|
| Hombre | 47.5 | A/B/C+ | 9.1 |
| Mujer | 52.5 | C/C- | 34.3 |
| Edad | % | | |
| De 18 a 29 años | 31.4 | Escolaridad | |
| De 30 a 49 años | 41.5 | Ninguno y primaria | 32.7 |
| De 50 y Más años | 27.1 | Secundaria/preparatoria | 59.9 |
| Región | % | Universidad y más | 7.4 |
| Norte-Noreste | 31.5 | Localidad | % |
| Bajío | 18.3 | Urbana | 75.8 |
| Centro de México | 30.5 | Rural | 24.2 |
| Sur | 19.7 | | |
| | | | |

CONFORMACIÓN DE LAS REGIONES

Norte-Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora.

Bajío: Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán.

Centro de México: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala.

Sur: Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán

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).



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 | ± 4.5 | A/B/C+ | ± 10.3 |
| Mujer | ± 4.3 | C/C- | ± 5.3 |
| Edad | % | | |
| De 18 a 29 años | ± 6.4 | D+/D/E | ± 4.1 |
| Edad | % | Escolaridad | % |
| De 30 a 49 años | ± 4.5 | Ninguno y primaria | ± 5.3 |
| De 50 y Más años | ± 5.8 | Secundaria/preparatoria | ± 4.1 |
| Región | % | Universidad y más | ± 11.9 |
| Norte | ± 5.5 | Localidad | % |
| Bajío | ± 7.3 | Urbana | ± 3.6 |
| Centro | ± 5.7 | Rural | ± 6.3 |
| Sur | ± 6.9 | Acuerdo Presidencial | % |
| | | Aprueba | ± 4.7 |
| | | Desaprueba | ± 4.3 |

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

| | | | | |
|---|--|-------------------------|----|----------------------------|
| 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 |
| TASA GENERAL DE RECHAZO A LA ENTREVISTA | 59.3% (incluye a viviendas desocupadas, de uso temporal, en construcción, etc) | | | |
| ADVERTENCIA | 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> | | | |
| 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

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

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

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

MEDIO DE PUBLICACIÓN ORIGINAL: 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 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

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 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 RECOPIACIÓN 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 RECOPIACIÓN.
 - 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 | JUN/12 | 20.8 | 35.8 | 24.0 | 1.6 | 17.8 |
| EXCÉLSIOR* | MAY/12 | 24.0 | 45.0 | 27.0 | 4.0 | 14.3 |
| ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM) | JUN/12 | 20.0 | 36.0 | 23.0 | 2.0 | 19.0 |
| REFORMA* | MAY/12 | 18.0 | 28.5 | 25.5 | 4.0 | 24.0 |
| MILENIO | JUN/12 | 20.5 | 37.4 | 21.4 | 3.0 | 17.7 |
| EL UNIVERSAL | MAY/12 | 22.4 | 37.8 | 23.9 | 2.2 | 13.7 |
| UNOTV | MAY/12 | 21.0 | 35.0 | 25.0 | 4.0 | 15.0 |

*PREFERENCIA EFECTIVA

PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

PREFERENCIA “EFFECTIVA”

PROMEDIO



24.6



42.9



29.0



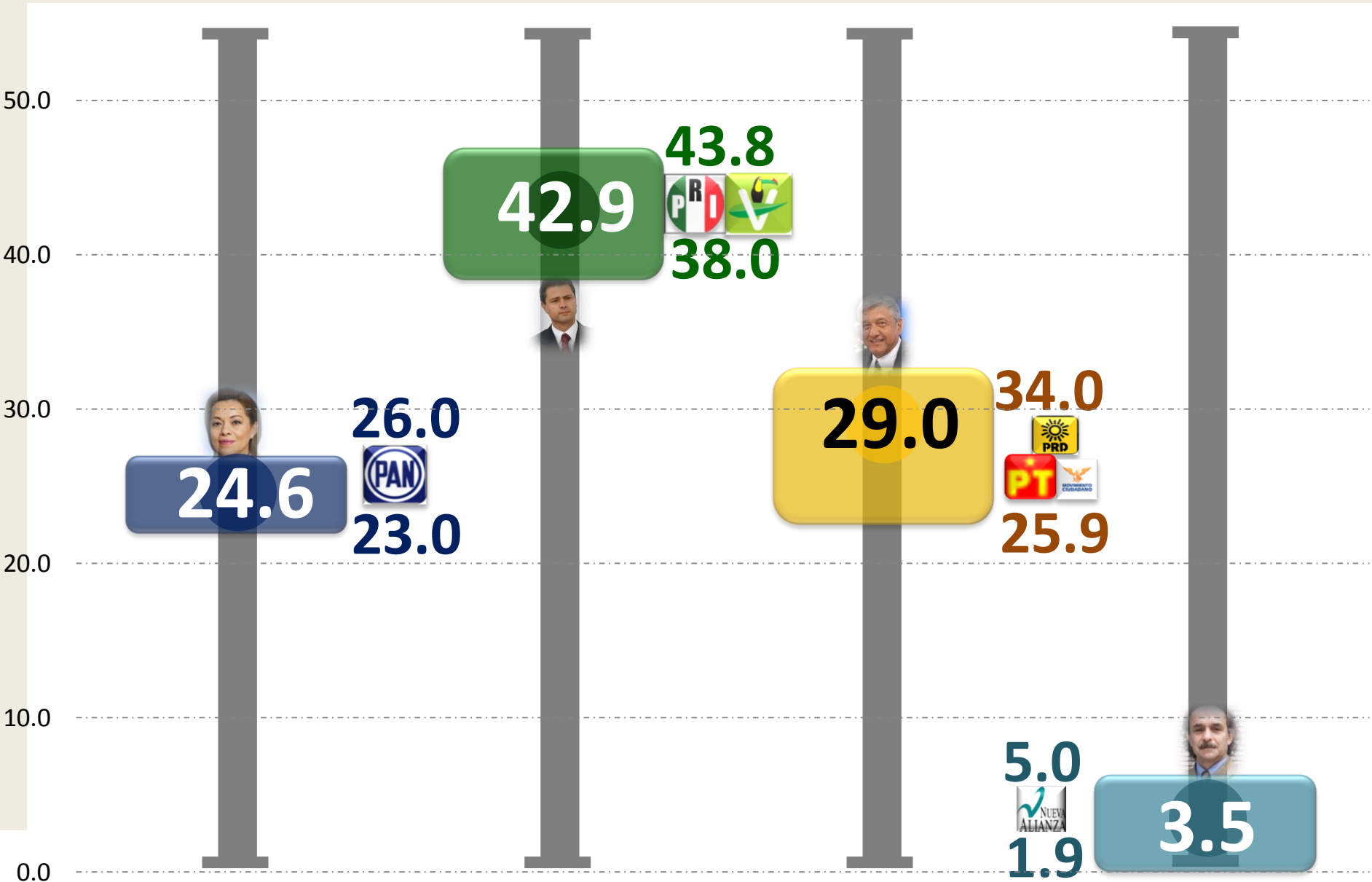
3.5

| ENCUESTA | MES DE LEVANTAMIENTO | Vázquez Mota | Peña Nieto | López Obrador | Gabriel Quadri |
|---------------------------------------|----------------------|--------------|------------|---------------|----------------|
| CONSULTA MITOFSKY | JUN/12 | 25.3 | 43.6 | 29.2 | 1.9 |
| EXCÉLSIOR | MAY/12 | 24.0 | 45.0 | 27.0 | 4.0 |
| ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM) | JUN/12 | 24.0 | 43.0 | 30.0 | 3.0 |
| REFORMA | MAY/12 | 23.0 | 38.0 | 34.0 | 5.0 |
| MILENIO | JUN/12 | 24.9 | 45.5 | 25.9 | 3.7 |
| EL UNIVERSAL | MAY/12 | 26.0 | 43.8 | 27.7 | 2.5 |
| UNOTV | MAY/12 | 24.7 | 41.2 | 29.4 | 4.7 |
| PROMEDIO | | 24.6 | 42.9 | 29.0 | 3.5 |

SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS

PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

PREFERENCIA “EFFECTIVA”



VARIACIÓN MARZO-JUNIO ENCUESTAS PÚBLICAS 2012

% PREFERENCIA EFECTIVA



| | MAR | JUN | VARIA CIÓN |
|---------------------------------------|------|------|---------------|
| CONSULTA MITOFSKY | 48.0 | 43.6 | -4.4 |
| EXCÉLSIOR* | 47.0 | 45.0 | -2.0 |
| ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM) | 47.0 | 43.0 | -4.0 |
| REFORMA* | 45.0 | 38.0 | -7.0 |
| MILENIO | 47.5 | 45.5 | -2.0 |
| EL UNIVERSAL* | 50.5 | 43.8 | -6.7 |
| UNOTV* | 44.0 | 41.2 | -2.8 |
| PROMEDIO | 47.3 | 42.9 | -4.1 |



| | MAR | JUN | VARIA CIÓN |
|---------------------------------------|------|------|---------------|
| CONSULTA MITOFSKY | 28.9 | 25.3 | -3.6 |
| EXCÉLSIOR* | 30.0 | 24.0 | -6.0 |
| ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM) | 31.0 | 24.0 | -7.0 |
| REFORMA* | 32.0 | 23.0 | -9.0 |
| MILENIO | 29.8 | 24.9 | -4.9 |
| EL UNIVERSAL* | 28.1 | 26.0 | -2.1 |
| UNOTV* | 27.4 | 24.7 | -2.7 |
| PROMEDIO | 29.2 | 24.6 | -5.0 |



| | MAR | JUN | VARIA CIÓN |
|---------------------------------------|------|------|---------------|
| CONSULTA MITOFSKY | 22.7 | 29.2 | +6.5 |
| EXCÉLSIOR* | 22.0 | 27.0 | +5.0 |
| ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM) | 21.0 | 30.0 | +9.0 |
| REFORMA* | 22.0 | 34.0 | +12.0 |
| MILENIO | 21.6 | 25.9 | +4.3 |
| EL UNIVERSAL* | 20.1 | 27.7 | +7.6 |
| UNOTV* | 27.4 | 29.4 | +2.0 |
| PROMEDIO | 22.5 | 29.0 | +6.6 |



| | MAR | JUN | VARIA CIÓN |
|---------------------------------------|-----|-----|---------------|
| CONSULTA MITOFSKY | 0.4 | 1.9 | +1.5 |
| EXCÉLSIOR* | 1.0 | 4.0 | +3.0 |
| ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM) | 1.0 | 3.0 | +2.0 |
| REFORMA* | 1.0 | 5.0 | +4.0 |
| MILENIO | 1.1 | 3.7 | +2.6 |
| EL UNIVERSAL* | 1.3 | 2.5 | +1.2 |
| UNOTV* | 1.2 | 4.7 | +3.5 |
| PROMEDIO | 1.0 | 3.5 | +2.5 |

*Se toma la ultima de mayo de esa empresa"

2012: La Elección

DETALLE DE ENCUESTAS NACIONALES

| ENCUESTA | FECHA DE LEVANTAMIENTO | FECHA DE DIFUSIÓN |
|--|-----------------------------------|-------------------|
|  | 01 al 03 de junio de 2012 | 05 de junio 2012 |
|  www.excelsior.com.mx | 19 al 23 de mayo de 2012 | 28 de mayo 2012 |
|  | 29 de mayo al 02 de junio de 2012 | 04 de junio 2012 |
|  | 24 al 27 de mayo 2012 | 31 de mayo 2012 |
|  | 02 al 04 de junio 2012 | 04 de junio 2012 |
|  | 24 al 28 de mayo de 2012 | 04 de junio 2012 |
|  | 10 al 13 de mayo de 2012 | 21 de mayo 2012 |

Más encuestas en vivienda publicadas en los 30 días anteriores

| ENCUESTA | PREFERENCIAS DIFUNDIDAS | | | | FECHA DE LEVANTAMIENTO | FECHA DE DIFUSIÓN |
|---|-------------------------|------|------|-----|--------------------------|-------------------|
| | JVM | EPN | AMLO | GQT | | |
|  | 28.2 | 43.6 | 25.7 | 2.4 | 18 al 20 de mayo de 2012 | 21 de mayo 2012 |
|  | 25.0 | 43.0 | 28.0 | 4.0 | 17 al 22 mayo de 2012 | 29 mayo 2012 |
|  | 21.5 | 49.5 | 26.2 | 2.8 | 24 al 28 de mayo de 2012 | 31 mayo 2012 |
|  | 26.0 | 40.0 | 30.0 | 4.0 | 13 al 16 de mayo de 2012 | 20 mayo 2012 |
|  | 26.0 | 39.0 | 31.0 | 4.0 | 10 al 13 de mayo de 2012 | 21 de mayo 2012 |

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



ALGO DE HISTORIA ELECTORAL



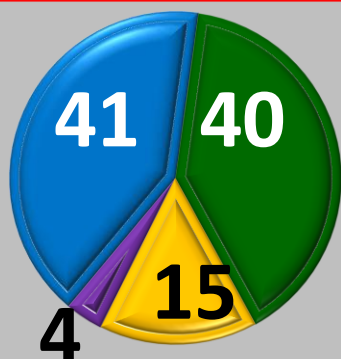
COMPARATIVO DE PREFERENCIAS

% EFECTIVO

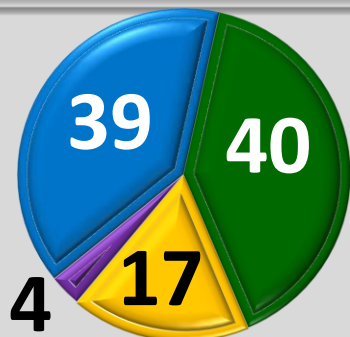
JUNIO
2000



CONSULTA MITOFSKY



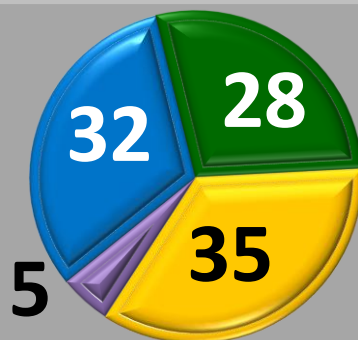
PROMEDIO 13 ENCUESTAS PÚBLICAS



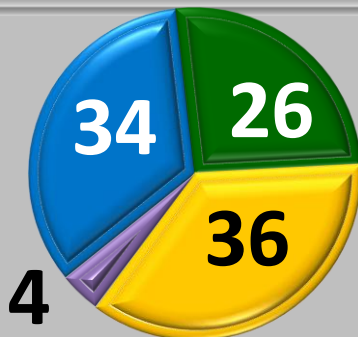
1ª QUINCENA JUNIO
2006



CONSULTA MITOFSKY



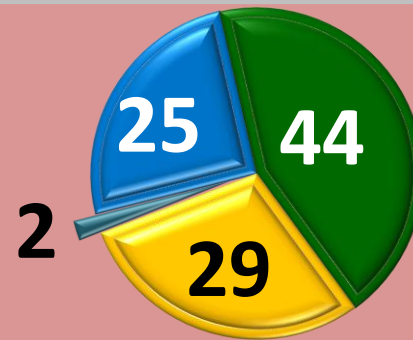
PROMEDIO 7 ENCUESTAS PÚBLICAS



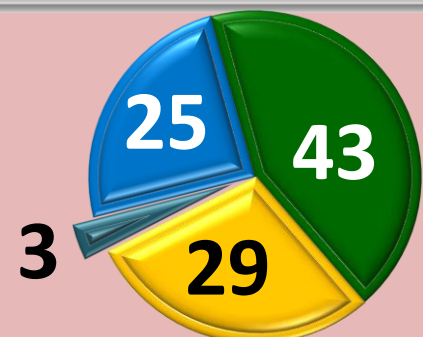
JUNIO
2012



CONSULTA MITOFSKY



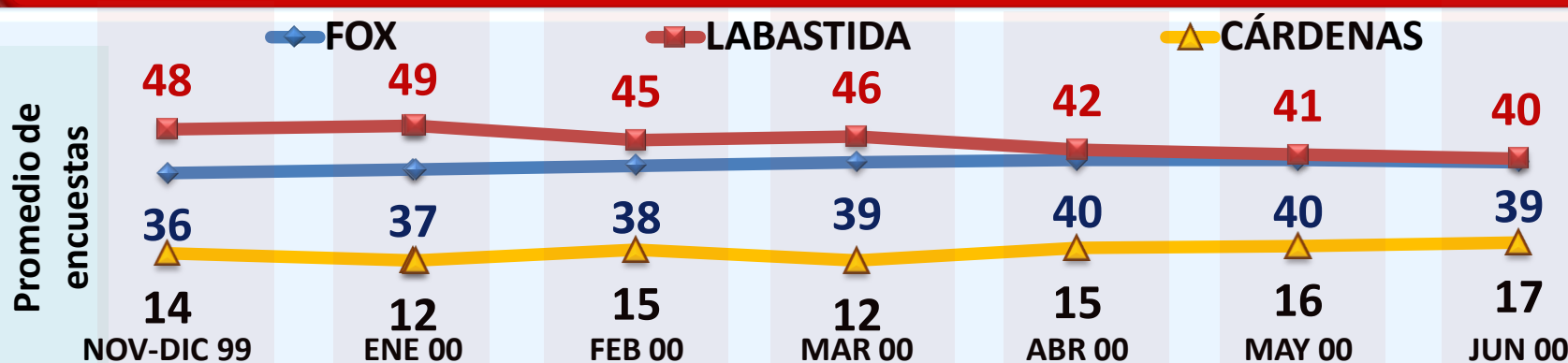
PROMEDIO 7 ENCUESTAS PÚBLICAS



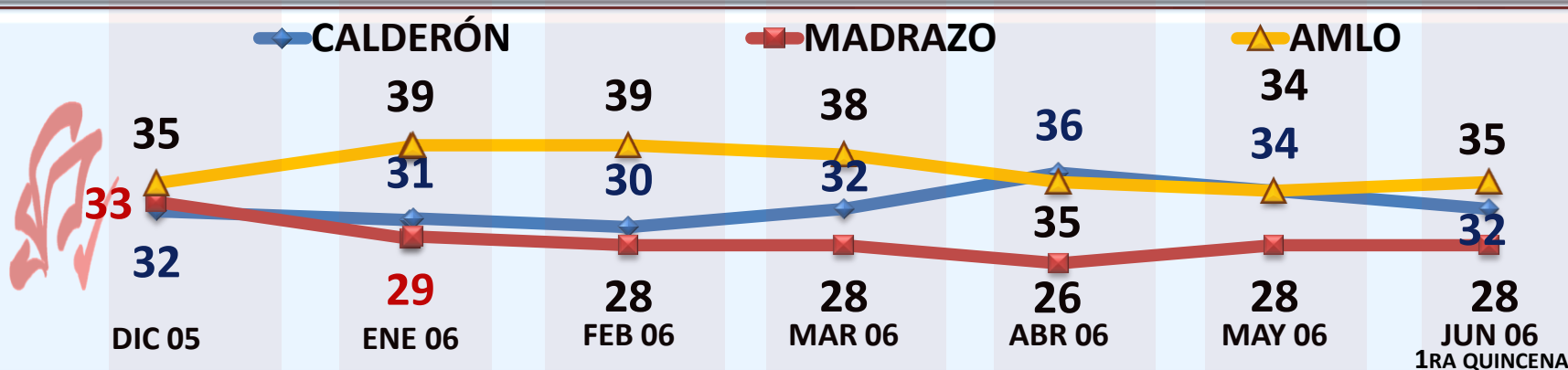
ENCUESTAS DICIEMBRE-JUNIO

2000-2006-2012

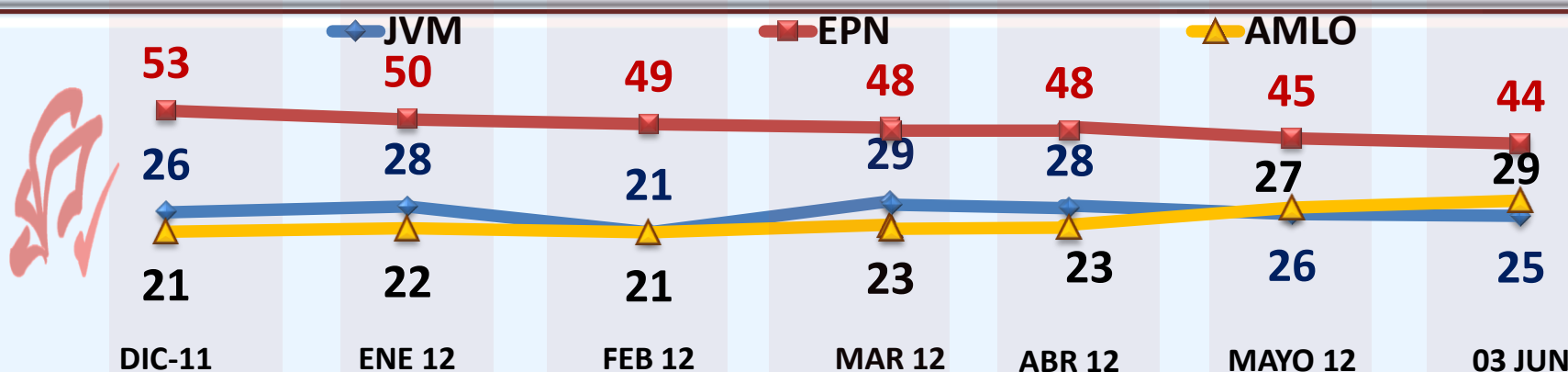
2000



2006



2012



EJEMPLO DE BOLETA ELECTORAL

2006

PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2006-2012
**ELECCIÓN DE PRESIDENTE
DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS**

ENTIDAD FEDERATIVA: **COAHUILA** DISTRITO ELECTORAL No.: **07**
CIRCUNSCRIPCIÓN PLURINOMINAL No.: **8**

MARQUE UN SOLO RECUADRO,
EL DEL PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN DE SU PREFERENCIA.

| | |
|---|--|
| PARTIDO ACCIÓN NACIONAL  FELIPE DE JESUS CALDERON HINOJOSA | ALIANZA POR MÉXICO  ROBERTO MADRAZO PINTADO |
| POR EL BIEN DE TODOS  ANDRÉS MANUEL LOPEZ OBRADOR | NUOVA ALIANZA  ROBERTO RAFAEL CAMPA CIFRIAN |
| ALTERNATIVA SOCIALDEMÓCRATA Y CAMPESINA  PATRICIA MERCADO | Si desea votar por algún candidato no registrado, escriba aquí el nombre completo.  |

Comisario Presidente del Colegio General del
Jefe del Poder Judicial

Dr. Luis Carlos López Barrios

Secretario Ejecutivo del
Instituto Federal Electoral

Dr. Manuel López Barrios

2012

PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2012-2018
**PRESIDENTE
DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS**

ENTIDAD FEDERATIVA: **COAHUILA** DISTRITO ELECTORAL No.: **07**
CIRCUNSCRIPCIÓN PLURINOMINAL No.: **8**

MARQUE UN SOLO RECUADRO,
EL DEL PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN DE SU PREFERENCIA.

| | |
|--|--|
|  JOSEFINA EUGENIA VAQUERO MOTA |  ENRIQUE PERA NETO |
|  ANDRÉS MANUEL LOPEZ OBRADOR |  ENRIQUE PERA NETO |
|  ANDRÉS MANUEL LOPEZ OBRADOR |  ANDRÉS MANUEL LOPEZ OBRADOR |
|  GABRIEL RICARDO GUERRA DE LA TORRE |  |

Comisario Presidente del Colegio General del
Jefe del Poder Judicial

Dr. Luis Carlos López Barrios

Secretario Ejecutivo del
Instituto Federal Electoral

Dr. Manuel López Barrios