

2012 LA ELECCIÓN



PREFERENCIAS CIUDADANAS

No. 22- mayo 22, 2012

Faltan...
40 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



A destacar...

- 1) Por primera vez en la campaña la imagen de Josefina Vázquez Mota (JVM) pasa a niveles negativos lo que se refleja en las preferencias electorales; Peña Nieto (EPN) obtiene 38% de ellas y por primera vez en la campaña López Obrador (AMLO) aparece en segundo lugar con 21% subiendo 2 puntos y superando por algunas décimas a JVM que baja a 20%. En el cuarto lugar Gabriel Quadri (GQT) pierde impulso y apenas se acerca al 2%.
- 2) En las preferencias efectivas en esta semana bajan un punto EPN y JVM cada uno, puntos que sube AMLO; esa es la semana donde más movimientos se observan de las 7 de campaña.
- 3) De los mexicanos que dicen tener decidido por quién votar 24% dicen ahora que puede cambiar (la semana pasada era 21%); A lo largo de las 7 semanas han bajado de 25% a 19% los que creen que ganará JVM y ha subido de 12% a 16% los que creen será AMLO, dejando en la mitad de la población los que creen será EPN.
- 4) En las condiciones actuales de ventaja de un candidato y faltando 42 días para la elección al finalizar la encuesta JVM y AMLO tendrían que reducir la desventaja que tienen en un punto cada 1.9 días.
- 5) En esta ocasión quisimos mostrar la preferencia para Presidente en una región donde el PRD muestra fuerza (DF) y compararla con el país en su conjunto, vemos que mientras en el país EPN lleva la ventaja con 38%, 17 puntos más que AMLO, en el DF la situación es inversa ya que AMLO tiene 42%, 12 puntos más que EPN y dejando a JVM con apenas 7% en esta entidad.



A destacar...

- 6) PERFIL DE SIMPATIZANTES DE JVM.- 84% aprueba al Presidente Calderón; rechazan más a AMLO que a EPN; 3 de cada 10 de sus simpatizantes son independientes; casi 2 de cada 3 de ellos están en el bajío y en el norte; 56% de sus simpatizantes son mujeres siendo ella la que mayor componente femenino tiene; es el grupo que más confianza tiene en el IFE.
- 7) PERFIL DE SIMPATIZANTES DE EPN.- solo 34% aprueba al Presidente; rechazan ligeramente más a AMLO que a JVM; 1 de cada 3 de sus simpatizantes son independientes; su mayor proporción de simpatizantes vienen del Norte del país y después del sureste; al igual que JVM también tiene mayoría de mujeres con 53%.
- 8) PERFIL DE SIMPATIZANTES DE AMLO.- Es el grupo que menos aprueba al Presidente con 30%; rechazan por igual a EPN y a JVM; solo la mitad de sus simpatizantes son perredistas y un gran 42% se declaran independientes; claramente el mayor número de sus votos viene del centro del país donde están el DF y EDOMEX; tienen un gran componente masculino ya que sólo 45% son mujeres y son, después de lo que no declaran preferencia; quienes menos confían en el IFE.
- 9) PERFIL DE SIMPATIZANTES DE GOT.- 39% aprueban al Presidente y de sus 3 adversarios al que menos rechazan es a EPN; 3 de cada 4 de quienes quieren votar por él son "independientes" y tiene un grupo de priistas y de "otros partidos" en sus filas. La mitad de sus simpatizantes están en el centro del país y eso hace que sea quien mayor componente de nivel socioeconómico alto tenga.



A destacar...

- 10) PERFIL DE QUIENES NO DECLARAN PREFERENCIA.- Este grupo parece tener niveles similares de opiniones buenas de los 4 candidatos, en sus filas 6% se declaran priistas, 4% panistas y 4% perredistas, muy similar los tres; la mayoría están en el centro del país, luego en el bajío y después en el norte; muchas son mujeres y en general hay poca confianza en el IFE.
- 11) Al preguntar a los ciudadanos sobre la recordación que se tiene de la campaña en medios a través de spots vemos pocas menciones con alta incidencia; destacan en los de JVM lo de "mujer con falda y muchos pantalones" y "mejorar la educación; para EPN destaca "va a cambiar porque sí cumple" y de AMLO más repartido "cambio", "empleos" y "combate a la inseguridad"; en el caso de GQT "la combi"
- 12) Se incluyó una pregunta sobre las fuentes que usa el ciudadano para orientar su voto observando que la principal es la de "familiares" por arriba de los medios masivos. En el caso de las encuestas 6% dice que las toma en cuenta y 3% que hace lo mismo con lo que se dice en Internet.
- 13) En la votación para diputado es donde más se observa una baja en las preferencias para el PAN que aunque no pasa al 3er lugar si cae casi 4 puntos que sube el PRD.

A destacar...

- 14) En el agregado de 6 encuestas públicas vemos ahora que la incertidumbre sobre el segundo lugar se mantiene pero ahora con la mayoría de las encuestas poniendo ligeramente a AMLO sobre JVM. En promedio, en las preferencias efectivas las 6 encuestas dan a EPN 46.4%, a AMLO 25.4%, a JVM 24.8% y a Quadri 3.4%.
- 15) Al observar la evolución que han tenido las encuestas desde marzo hasta su última encuesta publicada en mayo vemos que en todas han disminuido las preferencias de EPN (3 en promedio) y de JVM (4 en promedio), y en contraparte han subido AMLO (5 puntos en promedio) y GQT (3 puntos).
- 16) Mientras en mayo de 2000 y de 2006 las preferencias estaban muy competidas entre los que ya se avizoraban como 1ro. y 2do lugar de la elección, en mayo de 2012 aún no se define ese 2do. lugar y aparece un primer lugar con ventaja clara, faltando más de 40 días para la elección.

CONTENIDO

1. CONTEXTO DE CAMPAÑA

2. IMAGEN PÚBLICA DE CANDIDATOS

3. PREFERENCIA, VOTO VOLÁTIL, DURO, ESTRATÉGICO

4. PERFIL DE SIMPATIZANTES DE CADA CANDIDATO

5. LA OTRA CONTIENDA: EL CONGRESO

6. METODOLOGÍA

7. RECOPIACIÓN DE ENCUESTAS

8. RECORDANDO ELECCIONES ANTERIORES

CONTEXTO DE CAMPAÑA

20 MAYO 2012

Importancia de voto para definir resultado



¿Qué tanto le interesa quién gane la elección?



Voto Diferenciado

MAYO 2006



MAYO 2012



¿Sabe quién es el candidato de...?

Menciones en forma espontánea



Conocimiento y Opinión

	% QUE LO CONOCE	OPINIÓN		SALDO OPINIÓN
		BUENA	MALA	
Peña Nieto	98	37	19	18
López Obrador	96	25	29	-4
Vázquez Mota	94	23	24	-1
Quadri de la Torre	61	7	9	-2

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

PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

(UTILIZANDO BOLETA SIMULADA)

20 MAYO 2012

PREFERENCIA "BRUTA"

20.1



Vázquez Mota

37.9



Peña Nieto

20.5



López Obrador

1.8



Gabriel Quadri

19.7



No
declara

PREFERENCIA "EFECTIVA"

25.0



Vázquez Mota

47.2



Peña Nieto

25.5



López Obrador

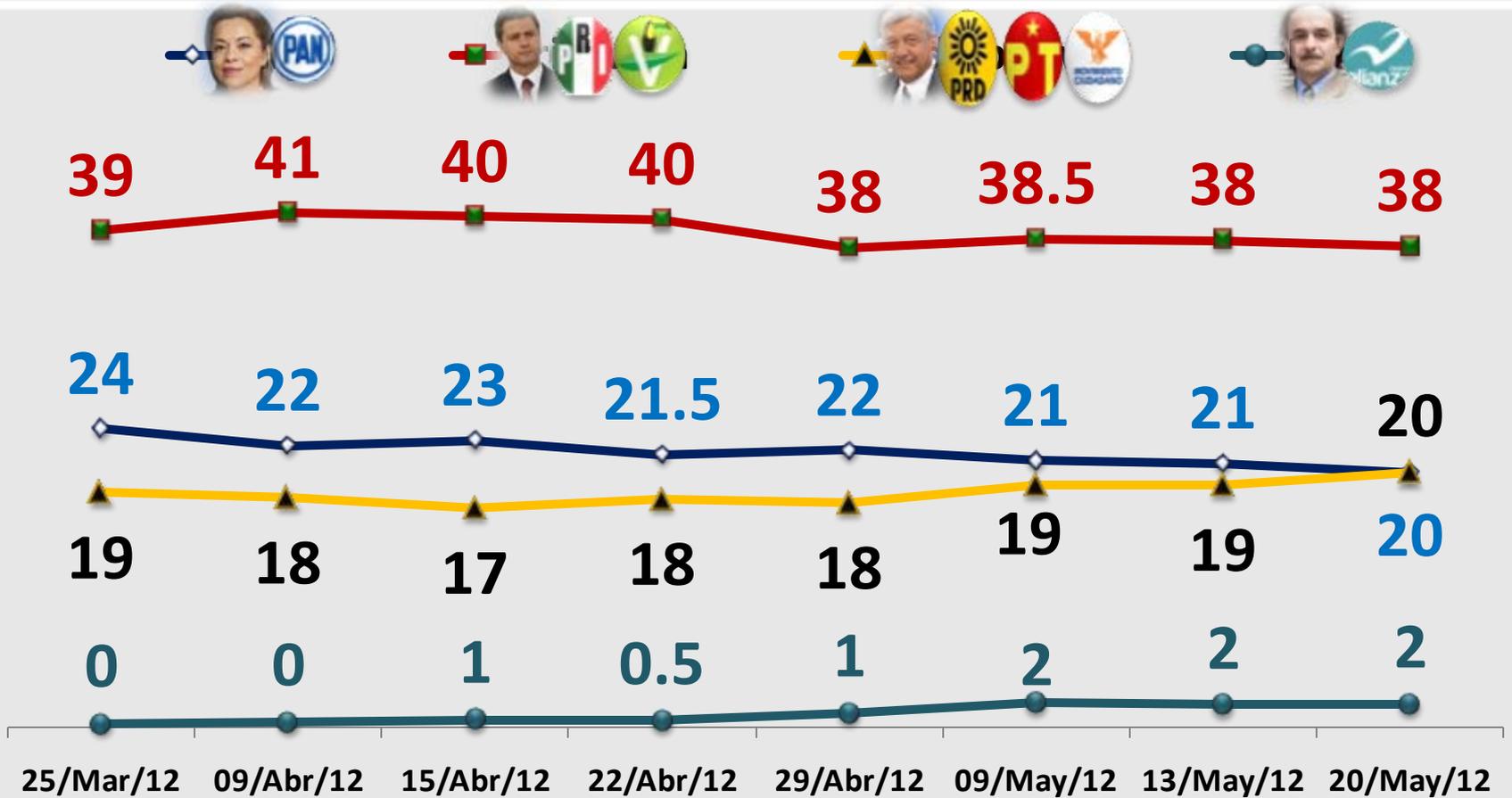
2.3



Gabriel Quadri

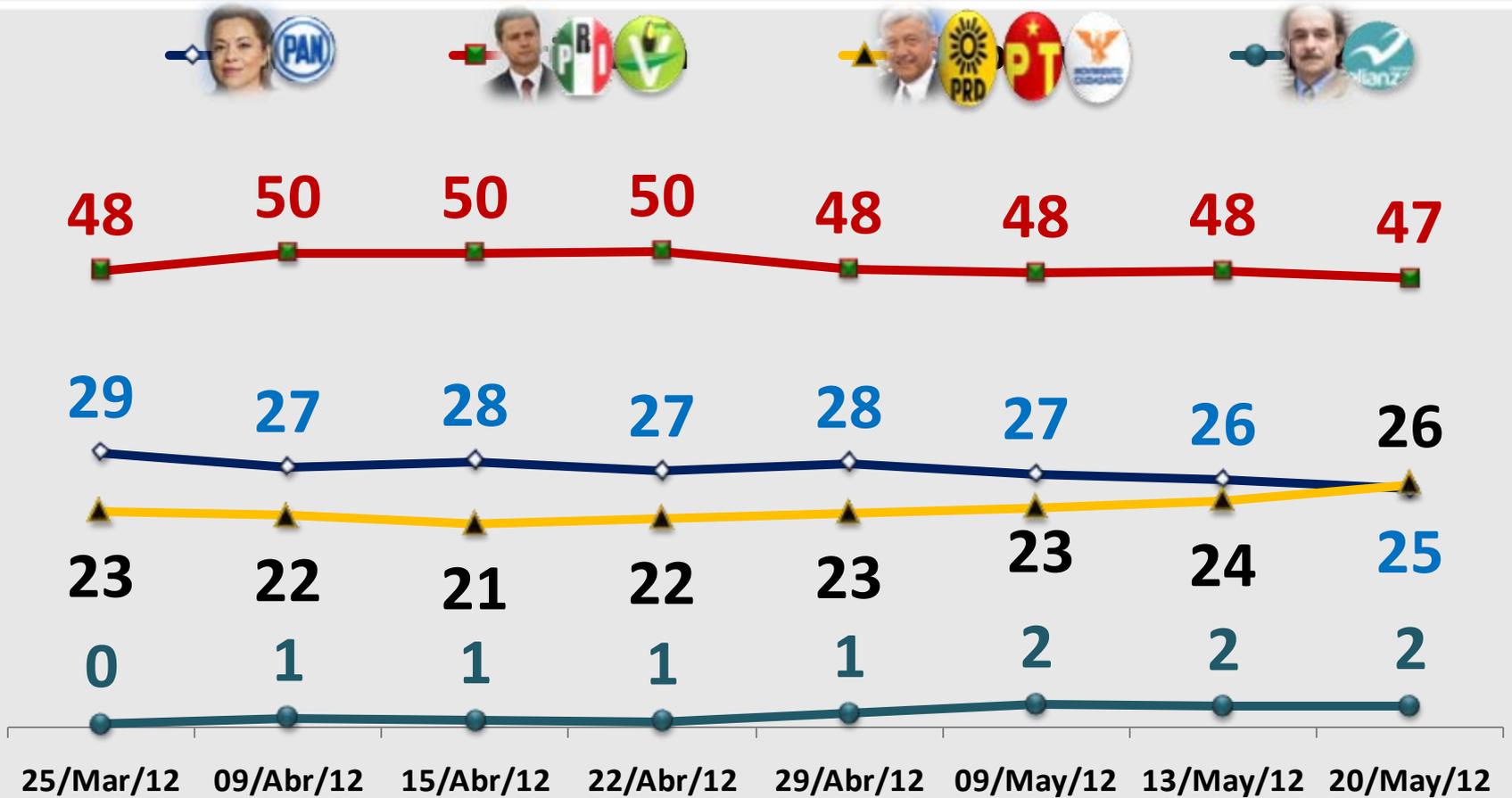


PREFERENCIA "BRUTA" PRESIDENTE MÉXICO



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

PREFERENCIA EFECTIVA PRESIDENTE MÉXICO



PREFERENCIA PARA PRESIDENTE

20 MAYO 2012

Preferencia dura y volátil

	Preferencia Todos	Preferencia Dura	Preferencia volátil
	25.0	18.8	6.3
	47.2	36.2	11.0
	25.5	19.8	5.7
	2.3	1.5	0.8
	100.0	76.3	23.8

Voto Estratégico

SI LA FINAL FUERA:



Ritmo para alcanzar al puntero

DEBE REMONTAR 1 PUNTO CADA X DÍAS

(Remontar se logra subiendo puntos y bajando el puntero)



JVM

PARA ALCANZAR A EPN DEBE REMONTAR 1 PUNTO CADA

1.9 días

22.2 puntos en 42 días

2.2 días



AMLO

PARA ALCANZAR A EPN DEBE REMONTAR 1 PUNTO CADA

1.9 días

21.7 puntos en 42 días

Dato anterior 1 PUNTO cada

2.0 días



GQT

PARA ALCANZAR A EPN DEBE REMONTAR 1 PUNTO CADA

0.9 días

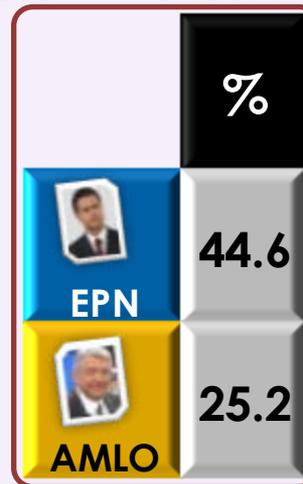
44.9 puntos en 42 días

Dato anterior 1 PUNTO cada

1.1 días

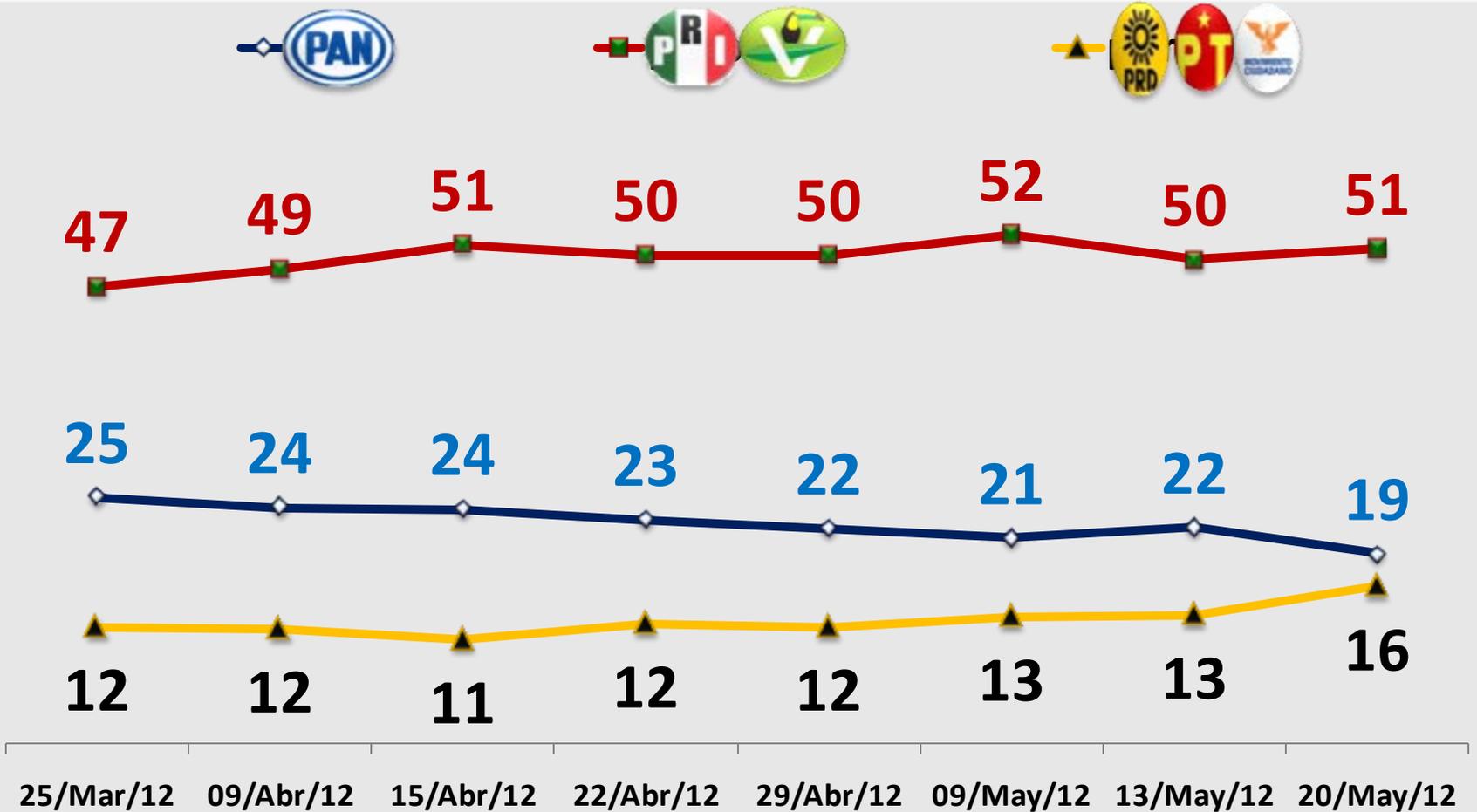
Simulación de Segunda Vuelta

SI LA FINAL FUERA:



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

¿QUIÉN CREE QUE GANARÁ LA ELECCIÓN?



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

COMPARATIVO DE PREFERENCIAS

20 MAYO 2012

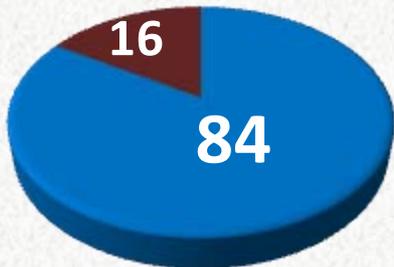
DATOS "BRUTOS"

	Preferencia Nacional	Preferencia Distrito Federal
 JVM 	20.1	7.1
 EPN  	37.9	30.2
 AMLO   	20.5	41.7
 GQT 	1.8	3.3
No declara	19.7	17.7
Total	100.0	100.0



APROBACIÓN DEL PRESIDENTE

Acuerdo Desacuerdo



OPINIÓN DE Oponentes

	Buena	Mala	Saldo
EPN	9	39	-30
AMLO	10	49	-39
GQT	10	16	-6

IDENTIDADES

Panistas	67
Priistas	2
Perredistas	2
Otros	0
Independientes	29
Nc	0
TOTAL	100.0

REGIÓN DONDE VIVEN

Norte	38
Bajo	24
Centro	21
Sureste	17
TOTAL	100.0

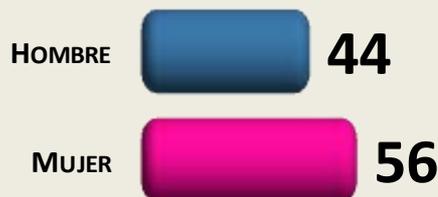
EDADES



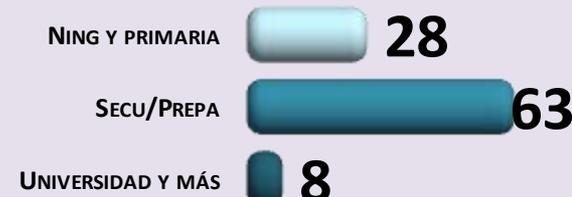
NSE



SEXO



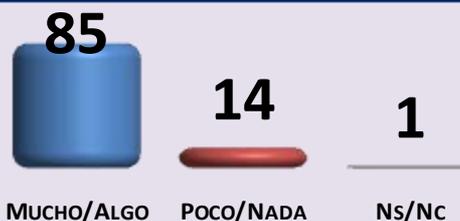
ESCOLARIDAD



PIENSA DIFERENCIAR SU VOTO



IMPORTANCIA DE SU VOTO



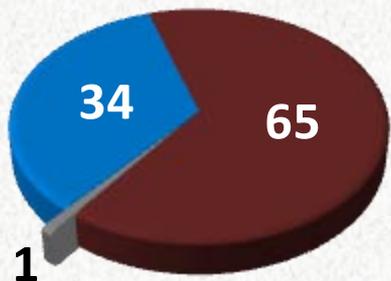
CONFIANZA EN EL IFE





APROBACIÓN DEL PRESIDENTE

■ Acuerdo ■ Desacuerdo ■ Ns/Nc



OPINIÓN DE Oponentes

	Buena	Mala	Saldo
JVM	11	34	-23
AMLO	12	39	-27
GQT	10	13	-3

IDENTIDADES

Panistas	2
Priistas	61
Perredistas	1
Otros	2
Independientes	33
Nc	1
TOTAL	100.0

REGIÓN DONDE VIVEN

Norte	30
Bajo	19
Centro	24
Sureste	27
TOTAL	100.0

EDADES



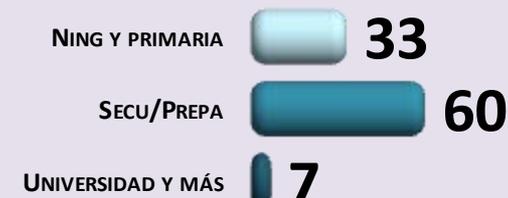
NSE



SEXO



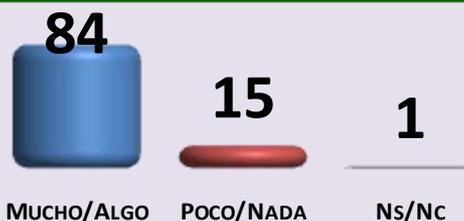
ESCOLARIDAD



PIENSA DIFERENCIAR SU VOTO



IMPORTANCIA DE SU VOTO



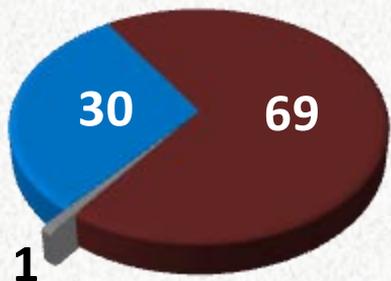
CONFIANZA EN EL IFE





APROBACIÓN DEL PRESIDENTE

■ Acuerdo ■ Desacuerdo ■ Ns/Nc



OPINIÓN DE Oponentes

	Buena	Mala	Saldo
EPN	9	40	-31
JVM	9	40	-31
GQT	10	17	-7

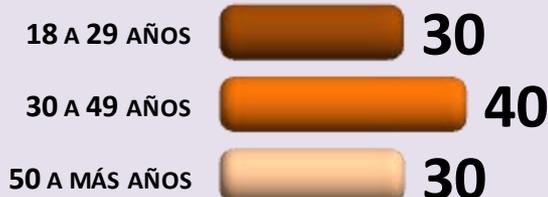
IDENTIDADES

Panistas	2
Priistas	1
Perredistas	51
Otros	2
Independientes	42
Nc	2
TOTAL	100.0

REGIÓN DONDE VIVEN

Norte	17
Bajo	13
Centro	43
Sureste	27
TOTAL	100.0

EDADES



NSE



SEXO



ESCOLARIDAD



PIENSA DIFERENCIAR SU VOTO



IMPORTANCIA DE SU VOTO



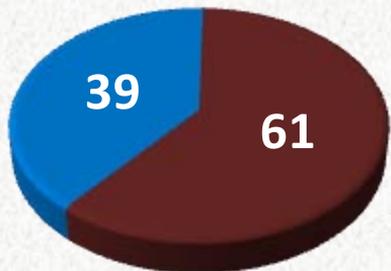
CONFIANZA EN EL IFE





APROBACIÓN DEL PRESIDENTE

■ Acuerdo ■ Desacuerdo



OPINIÓN DE Oponentes

	Buena	Mala	Saldo
EPN	17	35	-18
AMLO	8	37	-29
JVM	10	37	-27

IDENTIDADES

Panistas	2
Priistas	8
Perredistas	0
Otros	12
Independientes	75
Nc	3
TOTAL	100.0

REGIÓN DONDE VIVEN

Norte	14
Bajo	26
Centro	49
Sureste	11
TOTAL	100.0

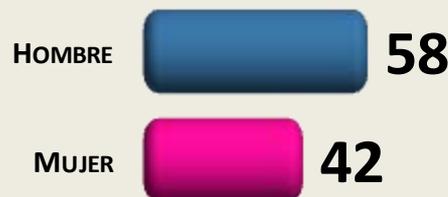
EDADES



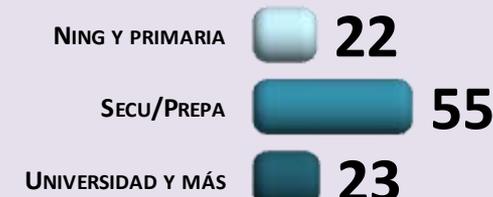
NSE



SEXO



ESCOLARIDAD



PIENSA DIFERENCIAR SU VOTO



IMPORTANCIA DE SU VOTO

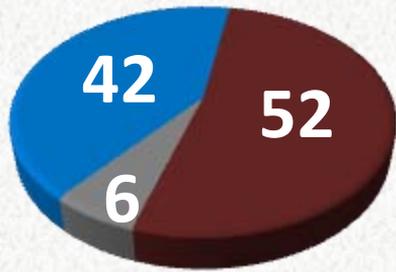


CONFIANZA EN EL IFE



APROBACIÓN DEL PRESIDENTE

■ Acuerdo ■ Desacuerdo ■ Ns/Nc



OPINIÓN DE CANDIDATOS

	Buena	Mala	Saldo
JVM	16	14	2
EPN	15	14	1
AMLO	15	18	-3
GQT	13	15	-2

IDENTIDADES

Panistas	4
Priistas	6
Perredistas	4
Otros	0
Independientes	80
Nc	6
TOTAL	100.0

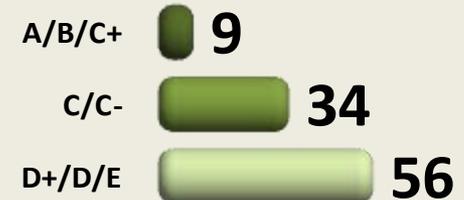
REGIÓN DONDE VIVEN

Norte	22
Bajo	24
Centro	40
Sureste	14
TOTAL	100.0

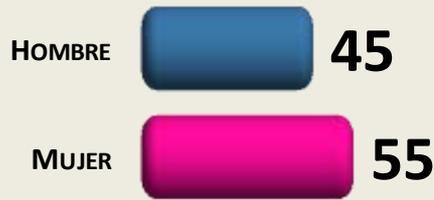
EDADES



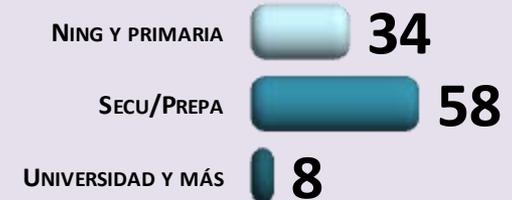
NSE



SEXO



ESCOLARIDAD



PIENSA DIFERENCIAR SU VOTO



IMPORTANCIA DE SU VOTO



CONFIANZA EN EL IFE



¿QUÉ COSAS RECUERDA DE LOS ANUNCIOS DE RADIO O TELEVISIÓN DE...?

20 MAYO 2012

5 principales menciones espontáneas

 JVM	%	 EPN	%	 AMLO	%	 GQT	%
MUJER DE FALDA CON MUCHOS PANTALONES	10	VA A CAMBIAR A MÉXICO POR QUE SI CUMPLE	17	UN CAMBIO PARA EL PAÍS	8	LA COMBI	4
MEJORAR LA EDUCACIÓN	9	VAN A APOYAR AL SEGURO SOCIAL	7	GENERAR EMPLEOS/MEJORES SALARIOS	7	APOYO A LA EDUCACIÓN	3
NO PACTAR CON DELINCUENTES	6	COMBATIRÁ EL CRIMEN Y LA INSEGURIDAD	6	COMBATE A LA INSEGURIDAD	6	SUS PROPUESTAS	2
PROMOVIÓ OPORTUNIDADES	4	NO CUMPLE	5	SALE CON SU HIJO	4	AYUDA A LA GENTE	2
CAMBIARÁ LA FORMA DE GOBERNAR	3	GENERARÁ EMPLEOS/MEJORES SALARIOS	3	AYUDA A LOS POBRES	3	CONTAMOS CONTIGO	1

*RESPUESTAS INDEPENDIENTES NO SUMA 100%

¿QUÉ TANTO TOMA USTED EN CUENTA PARA DECIDIR POR QUIÉN VOTAR O POR QUIEN NO VOTAR?

	Mucho	Algo	Poco	Nada	Ns/Nc	Total
Opinión de familiares	14	29	27	26	3	100.0
Opinión de radio y tv	10	29	27	30	4	100.0
Opinión de periódicos	7	22	33	34	4	100.0
Opinión de amigos	7	27	32	32	3	100.0
Las encuestas	6	22	29	35	7	100.0
Lo que opinan en su trabajo	4	12	29	48	7	100.0
Opinión de Internet	3	6	16	63	12	100.0



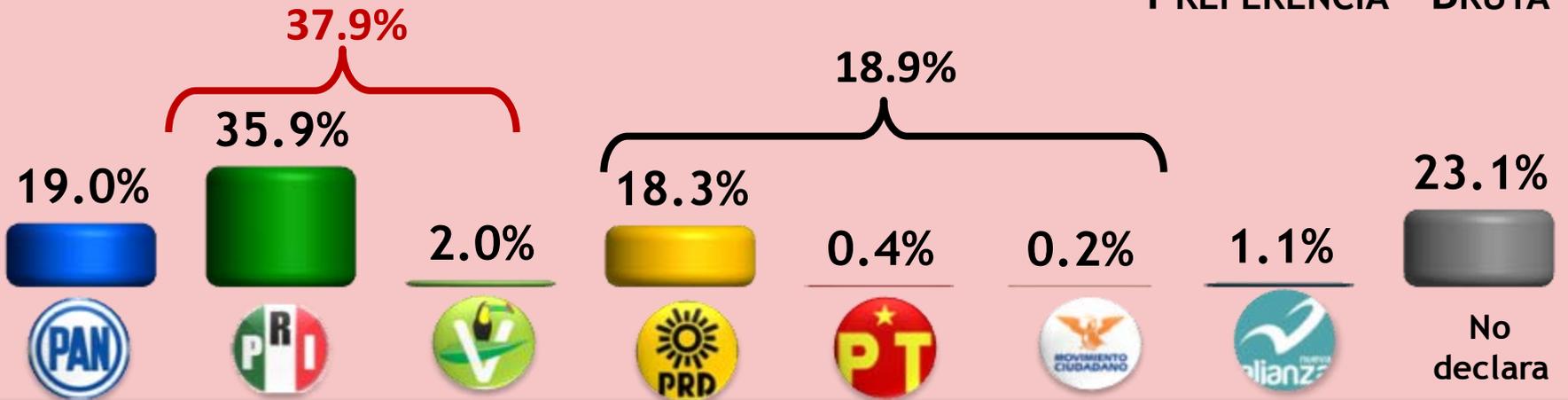


LA OTRA CONTIENDA: CONGRESO

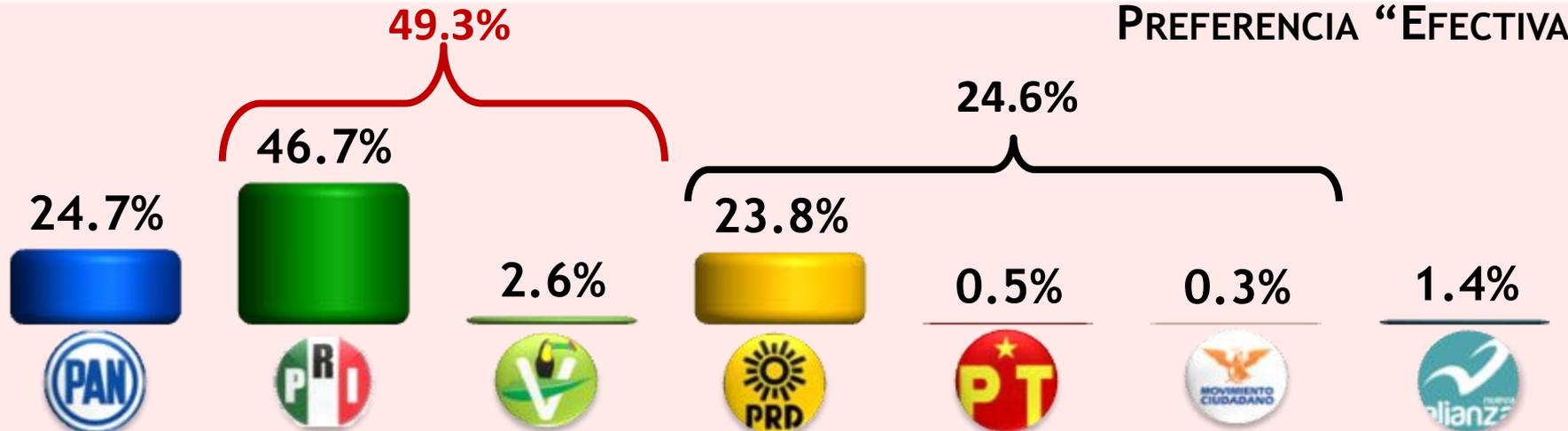
PREFERENCIA DIPUTADO FEDERAL (SIN MENCIONAR CANDIDATOS)

20 MAYO 2012

PREFERENCIA "BRUTA"

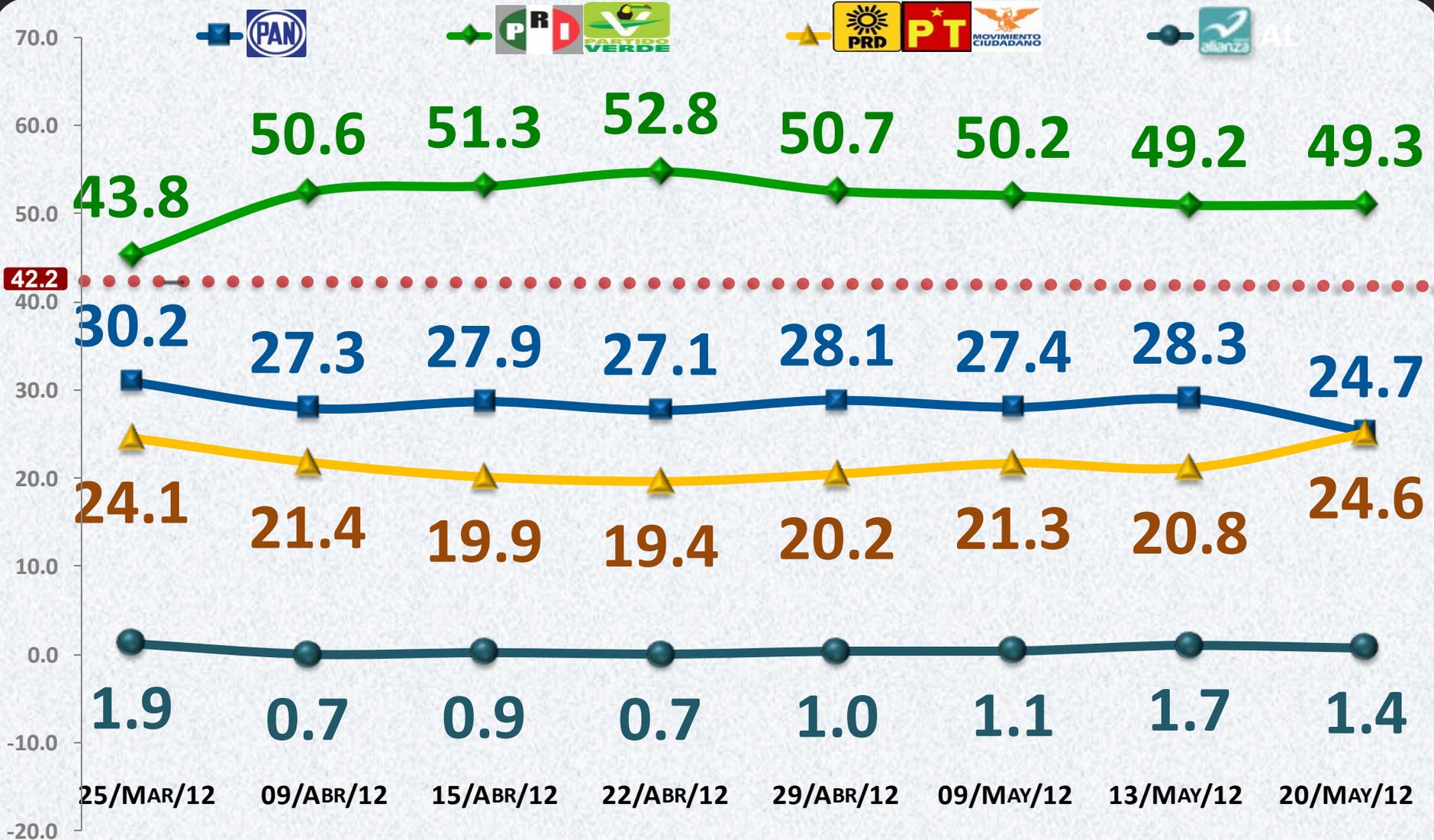


PREFERENCIA "EFECTIVA"



CONGRESO: LA LUCHA Vs 42.2%

% VOTACIÓN EFECTIVA



METODOLOGÍA

<p>ÚLTIMAS 19 FECHAS DE REALIZACIÓN DE ESTA SERIE</p>	<p>23 al 29 de Mayo de 2011</p> <p>24 al 27 de Junio de 2011</p> <p>27 al 31 de Julio de 2011</p> <p>20 al 24 de Agosto de 2011</p> <p>22 al 26 Septiembre 2011</p> <p>20 al 24 de Octubre 2011</p> <p>21 al 27 de Noviembre 2011</p>	<p>26 al 29 de Diciembre 2011</p> <p>14 al 18 de Enero 2012</p> <p>6 al 8 de Febrero de 2012</p> <p>17 al 20 de Febrero 2012</p> <p>08 al 11 de Marzo 2012</p> <p>22 al 25 de Marzo 2012</p> <p>07 al 09 de Abril 2012</p>	<p>13 al 15 de Abril 2012</p> <p>20 al 22 de Abril 2012</p> <p>27 al 29 de Abril 2012</p> <p>07 al 09 de Mayo 2012</p> <p>11 al 13 de Mayo 2012</p> <p>18 al 20 de Mayo 2012</p>
<p>TAMAÑO DE MUESTRA</p>	<p>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”.</p>		
<p>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS</p>	<p>El estudio fue llevado a cabo en viviendas 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>		
<p>ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA</p>	<p>Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales <u>DE LAS 32 ENTIDADES DEL PAÍS</u> 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	47.2	A/B/C+	8.3
Mujer	52.8	C/C-	34.3
Edad	%	D+/D/E	57.4
De 18 a 29 años	31.9	Escolaridad	%
De 30 a 49 años	41.0	Ninguno y primaria	33.9
De 50 y Más años	27.1	Secundaria/preparatoria	59.6
Circunscripción	%	Universidad y más	6.5
1	17.8	Localidad	%
2	18.1	Urbana	75.8
3	21.9	Rural	24.2
4	20.4		
5	21.8		

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 **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+	± 10.8
Mujer	± 4.3	C/C-	± 5.3
Edad	%	D+/D/E	± 4.1
De 18 a 29 años	± 6.5	Escolaridad	%
De 30 a 49 años	± 4.5	Ninguno y primaria	± 5.2
De 50 y Más años	± 5.7	Secundaria/preparatoria	± 4.1
Circunscripción	%	Universidad y más	± 12.5
1	± 7.3	Localidad	%
2	± 7.3	Urbana	± 3.5
3	± 6.6	Rural	± 6.4
4	± 6.9		
5	± 6.6	Distrito Federal	± 8.0

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

58.9% (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. **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 por qué replicarse.**

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.





CONSULTA MITOFSKY

La referencia en encuestas

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	20.1	37.9	20.5	1.8	19.7
EXCÉLSIOR*	MAY/12	26.0	45.0	26.0	3.0	11.7
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	MAY/12	20.0	38.0	21.0	2.0	19.0
REFORMA*	En espera de actualización					
MILENIO	MAY/12	20.2	40.1	16.9	4.4	18.4
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 "EFECTIVA"

PROMEDIO



24.8



46.4



25.4



3.4

ENCUESTA	MES DE LEVANTAMIENTO	Vázquez Mota	Peña Nieto	López Obrador	Gabriel Quadri
CONSULTA MITOFSKY	MAY/12	25.0	47.2	25.5	2.3
EXCÉLSIOR	MAY/12	26.0	45.0	26.0	3.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	MAY/12	25.0	46.0	26.0	3.0
REFORMA	En espera de actualización				
MILENIO	MAY/12	24.8	49.2	20.7	5.3
EL UNIVERSAL	MAY/12	23.1	49.6	24.8	2.5
UNOTV	MAY/12	24.7	41.2	29.4	4.7
PROMEDIO		24.8	46.4	25.4	3.4

SEGUIMIENTO DE ENCUESTAS EN VIVIENDAS NO PARTIDISTAS



VARIACIÓN MARZO-MAYO ENCUESTAS PÚBLICAS 2012

% PREFERENCIA EFECTIVA



	MAR	MAY	VARIA CIÓN
CONSULTA MITOFSKY	48.0	47.2	-0.8
EXCÉLSIOR	47.0	45.0	-2.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	47.0	46.0	-1.0
MILENIO	47.5	49.2	1.7
EL UNIVERSAL	50.5	49.6	-0.9
UNOTV	44.0	41.2	-2.8
PROMEDIO	47.3	46.4	-1.0

	MAR	MAY	VARIA CIÓN
CONSULTA MITOFSKY	28.9	25.0	-3.9
EXCÉLSIOR	30.0	26.0	-4.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	31.0	25.0	-6.0
MILENIO	29.8	24.8	-5.0
EL UNIVERSAL	28.1	23.1	-5.0
UNOTV	27.4	24.7	-2.7
PROMEDIO	29.2	24.8	-4.4

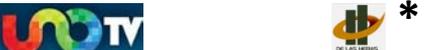
	MAR	MAY	VARIA CIÓN
CONSULTA MITOFSKY	22.7	25.5	2.8
EXCÉLSIOR	22.0	26.0	4.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	21.0	26.0	5.0
MILENIO	21.6	20.7	-0.9
EL UNIVERSAL	20.1	24.8	4.7
UNOTV	27.4	29.4	2.0
PROMEDIO	22.5	25.4	3.0

	MAR	MAY	VARIA CIÓN
CONSULTA MITOFSKY	0.4	2.3	1.9
EXCÉLSIOR	1.0	3.0	2.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	1.0	3.0	2.0
MILENIO	1.1	5.3	4.2
EL UNIVERSAL	1.3	2.5	1.2
UNOTV	1.2	4.7	3.5
PROMEDIO	1.0	3.4	2.4

DETALLE DE ENCUESTAS NACIONALES

ENCUESTA	FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
	18 al 20 de mayo de 2012	22 de mayo de 2012
 www.excelsior.com.mx	07 al 09 de mayo de 2012	14 de mayo 2012
	15 al 18 de mayo de 2012	21 de mayo 2012
	19 al 21 de mayo de 2012	21 de mayo 2012
	07 al 10 de mayo de 2012	14 de mayo 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
	27.0	49.0	23.0	1.0	28 de abril al 3 de mayo de 2012	Mayo 2012
	24.1	50.0	23.4	2.5	10 al 14 de mayo de 2012	17 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



CONSULTA MITOFSKY

La referencia en encuestas

ALGO DE HISTORIA ELECTORAL



COMPARATIVO DE PREFERENCIAS

% EFECTIVO

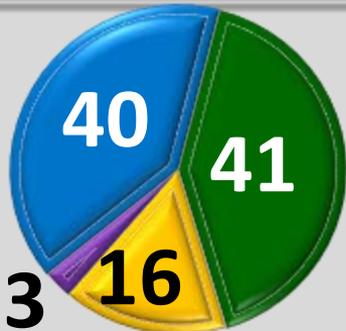
MAYO
2000



CONSULTA MITOFSKY

SIN DATOS

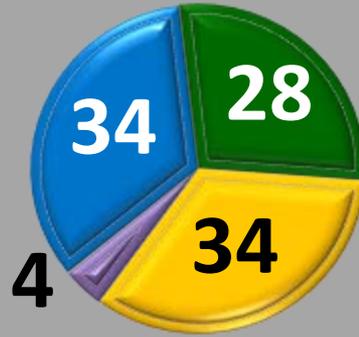
PROMEDIO 9 ENCUESTAS PÚBLICAS



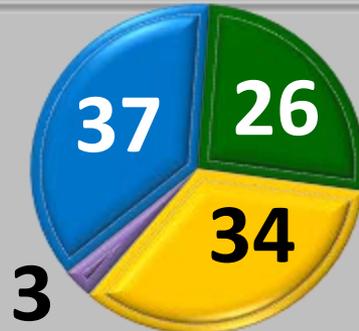
MAYO
2006



CONSULTA MITOFSKY



PROMEDIO 10 ENCUESTAS PÚBLICAS



MAYO
2012



CONSULTA MITOFSKY



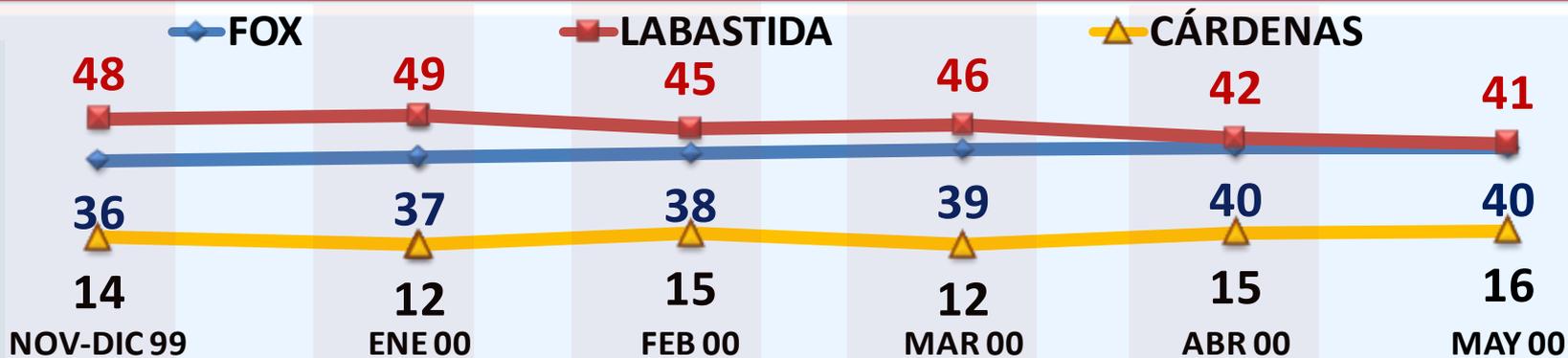
PROMEDIO 6 ENCUESTAS PÚBLICAS



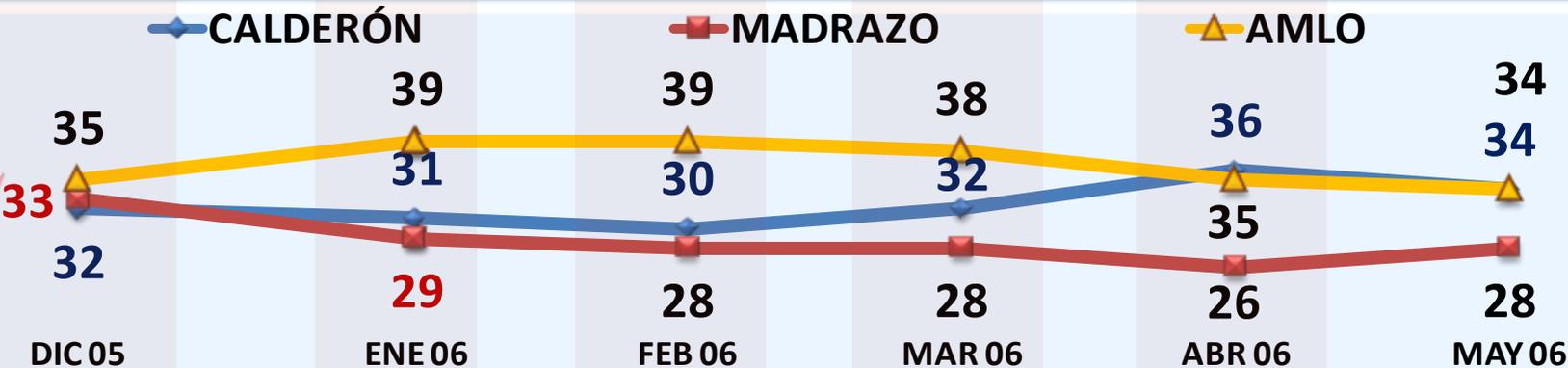
ENCUESTAS DICIEMBRE-MAYO 2000-2006-2012

2000

Promedio de encuestas



2006



2012

