



ENCUESTA POSTELECTORAL

LA REACCIÓN CIUDADANA ANTE EL RESULTADO



Julio 2009

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

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

Distrito Federal, México • Calle Georgia #38 • Colonia Nápoles • Tel. +52 (55) 55.43.59.69 •
San Salvador, El Salvador • Calle Al Picacho #5 • Cumbres del Escalón • Tel. +503 22.83.88.18 •
Aguascalientes, México • Monte Coronado #232-4 • Villas Montenegro • Tel. +52 (449) 912.76.11 •

ENCUESTA POSTELECTORAL

LA REACCIÓN CIUDADANA ANTE EL RESULTADO

Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

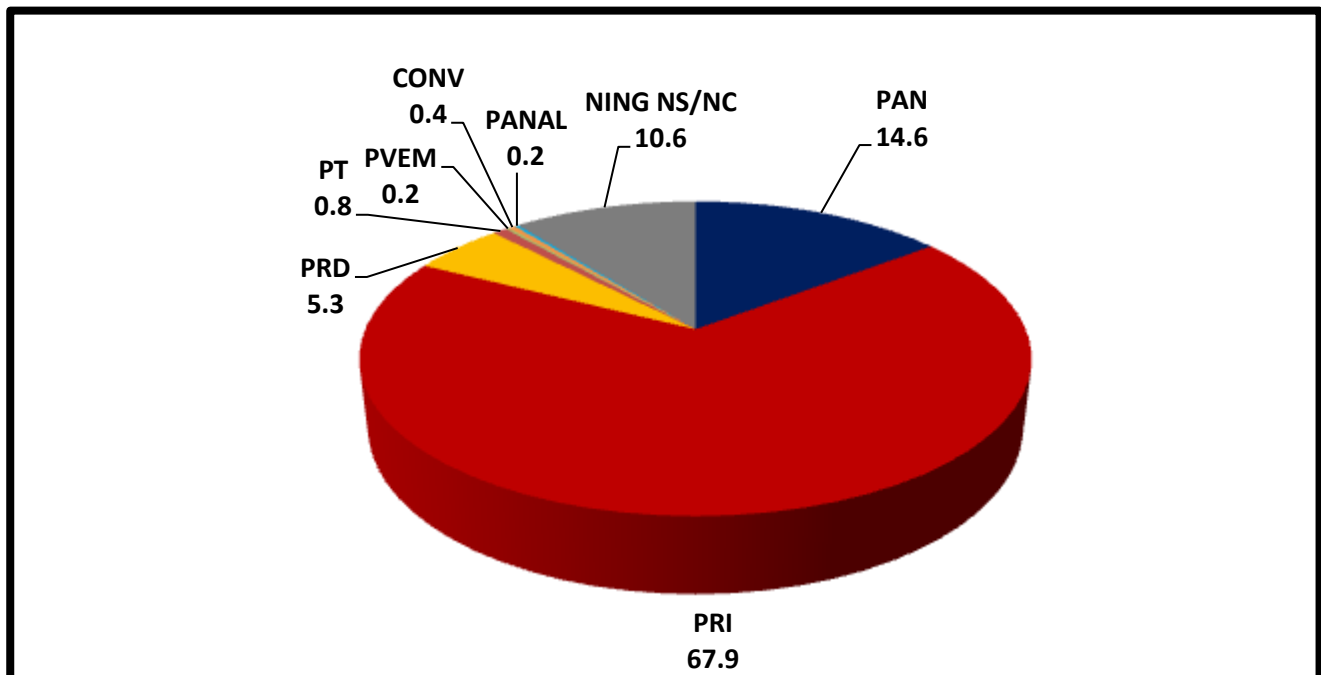
Mucho se ha analizado sobre las causas y sobre los efectos de los resultados de la jornada electoral realizada el pasado 5 de julio; en esta encuesta se intenta medir otro efecto, el que generó en los ciudadanos hayan o no acudido a las urnas.

Los resultados que se presentan son producto de una encuesta en viviendas aplicada dentro del **TRACKING POLL ROY CAMPOS** y cuya metodología se presenta al final de este documento.

A. GANADOR Y PERDEDOR

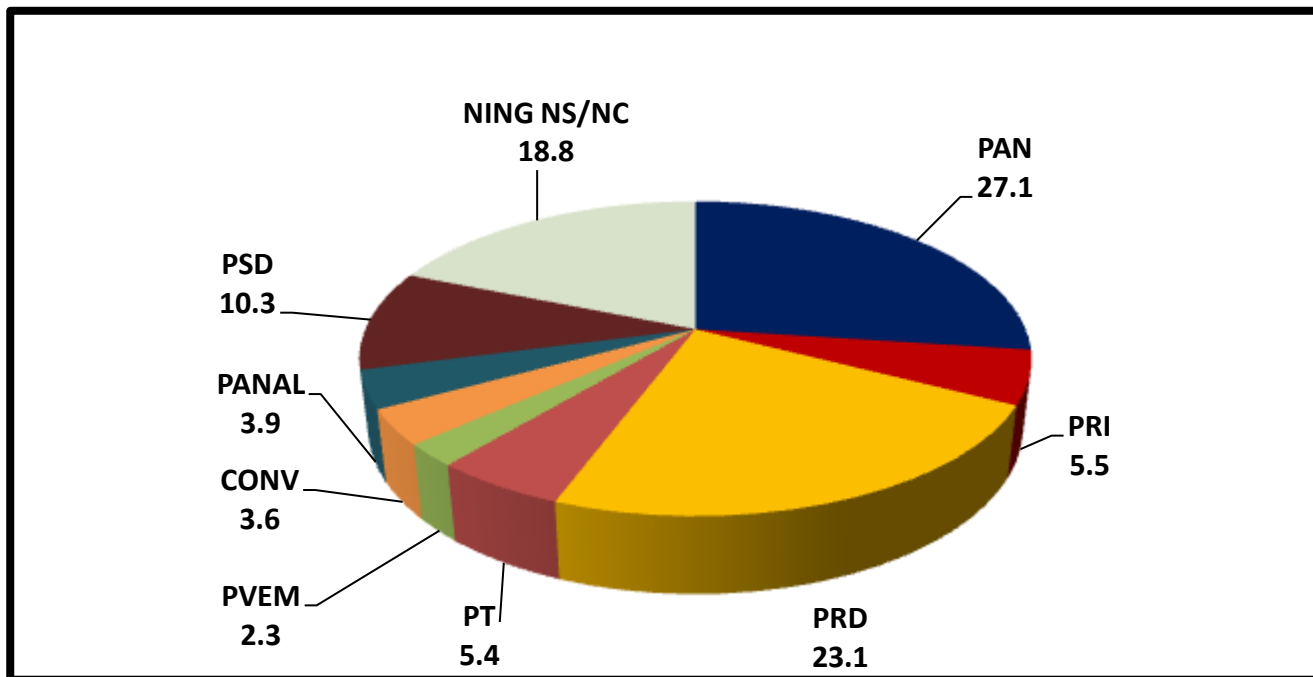
- ✓ Para 2 de cada 3 mexicanos el ganador de la elección fue el PRI, lo cual coincide con el resultado oficial; en el caso del PAN, el 15% lo ubica como el ganador y apenas 5% al PRD.

EL PASADO 5 DE JULIO HUBO ELECCIONES EN MÉXICO, ¿A CUÁL PARTIDO CONSIDERA USTED COMO EL GANADOR DE LAS ELECCIONES EN TODO EL PAÍS?



- ✓ Más interesante es el análisis del partido perdedor: 27% cree que fue el PAN y 23% que esa etiqueta le toca al PRD. En tercer lugar aparece el único partido que perdió el registro (PSD).

¿Y CUÁL PARTIDO CONSIDERA COMO PERDEDOR EN ESTAS ELECCIONES?



- ✓ Cuando se analiza el resultado anterior por la identidad partidista de quien responde podemos ver como los panistas opinan que el perdedor fue el PRD y los perredistas que fue el PAN. En el caso de los independientes es al PAN al que ubican como el principal perdedor.

ID	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	CONV	PANAL	PSD	NS/NC	TOTAL
PRIISTA	20.5	7.1	27.8	6.6	3.9	3.4	4.1	8.9	17.7	100.0
PANISTA	33.8	4.3	26.2	4.2	1.8	1.7	4.5	12.7	10.8	100.0
PERREDISTA	41.8	10.0	20.7	1.0	2.6	1.5	1.9	9.0	11.5	100.0
OTRO	23.6	5.0	17.4	6.6	2.1	5.8	3.3	9.5	26.7	100.0
INDEPENDIENTE	20.5	7.1	27.8	6.6	3.9	3.4	4.1	8.9	17.7	100.0
NACIONAL	27.1	5.5	23.1	5.4	2.3	3.6	3.9	10.3	18.8	100.0

B.IFE

- ✓ Comparado con el resultado electoral de 2006, la presente elección deja una mejor opinión sobre el trabajo del IFE, 85% considera que organizó bien la elección, 83% que contó bien los votos y un porcentaje similar que comunicó bien el resultado, en todos los casos muy por arriba del acuerdo logrado en 2006.

EN GENERAL USTED ESTÁ DE ACUERDO O EN DESACUERDO EN LA FORMA EN QUE EL IFE...

	% ACUERDO	
	JUL/06	JUL/09
Organizó la elección	70.0	85.4
Dio a conocer los resultados	61.0	83.1
Contó los votos	58.0	82.5







C.EFECTO EN EL PARTIDISMO

- ✓ El resultado, y la difusión que se hace de él, genera en los ciudadanos un ligero cambio en los sentimientos de identidad y de rechazo; en lo que respecta a la identidad partidista el PRI incrementa su membrecía un punto, el PRD la disminuye en uno y el PAN en casi dos.

IDENTIDAD PARTIDISTA	2009		VARIACIÓN
	JUNIO	JULIO	JUL-JUN
PANISTA	21.4	19.7	-1.7
PRIISTA	26.5	27.5	1.0
PERREDISTA	11.1	10.3	-0.8
OTRO	3.0	3.7	0.7
NINGUNO	32.7	33.0	0.3

- ✓ Y en lo que respecta al rechazo, el PAN, el PRD, el PT y Convergencia son los partidos que más rechazo aumentan entre junio y julio.

RECHAZO A PARTIDOS

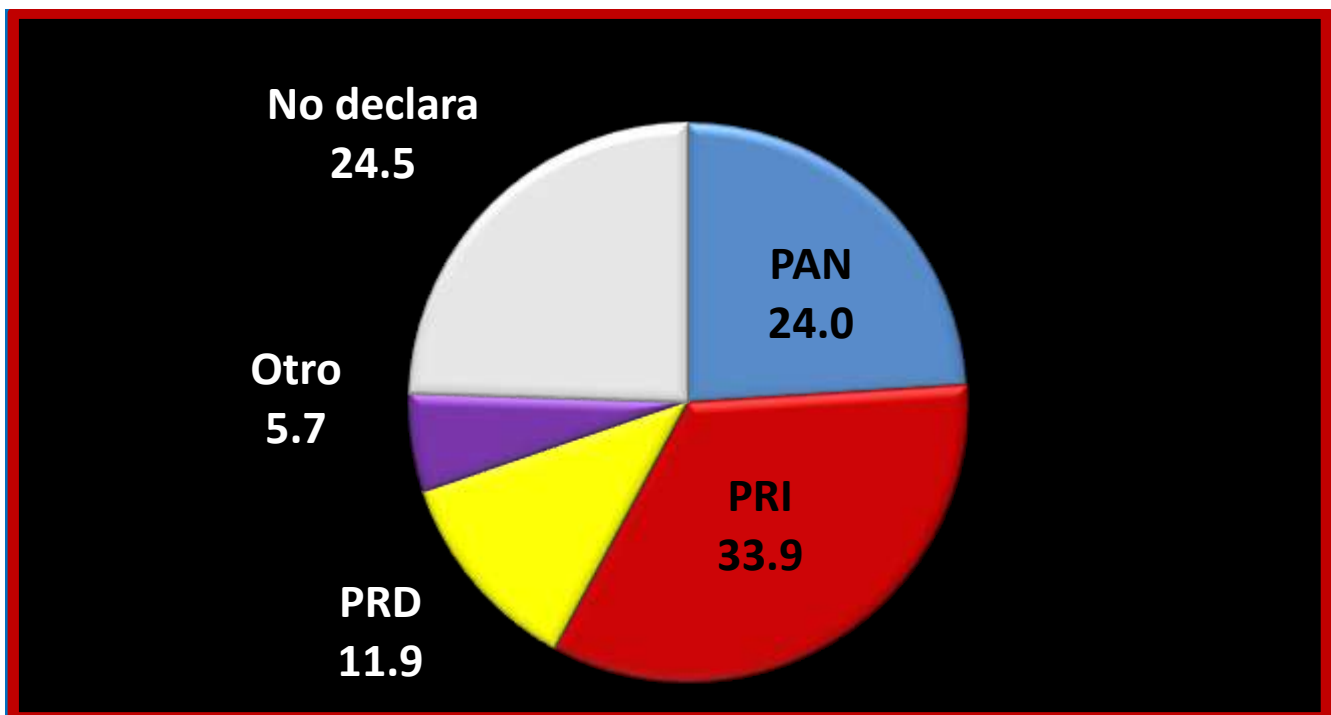
PARTIDO	2009		VARIACIÓN
	JUNIO	JULIO	JUL-JUN
	25.4	28.3	+2.9
	24.5	24.3	-0.2
	38.8	40.6	+1.8
	32.7	35.8	+3.1
	28.1	29.4	+1.3
	30.6	32.2	+1.6
	30.1	30.2	+0.1
	33.1	34.1	+1.0




D.PREFERENCIA RUMBO AL 2012

- ✓ Con el colchón y el impulso que le dio el verse como partido ganador, las preferencias electorales para la presidencia en el 2012 inclinan con una gran ventaja para el PRI de 10 puntos sobre el PAN, aunque siempre debemos ver esto como un efecto coyuntural y muy lejano de lo que sería una contienda real con candidatos y campañas.

PREFERENCIA ELECTORAL HACIA LA PRESIDENCIA EN 2012 (SIN CANDIDATOS) JULIO 2009



METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares.
FECHAS DE LEVANTAMIENTO 2008	Del 24 al 28 de junio 2009
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2006, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.
TAMAÑO DE MUESTRA	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes.
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares 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).
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY.
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.
REGIONES EN QUE SE DIVIDIÓ EL PAÍS	Norte-Noreste: Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa, Sonora. Bajo: Aguascalientes, Colima, Querétaro, Guanajuato, Jalisco, Michoacán. Centro de México: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Tlaxcala. Sureste: Chiapas, Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz, Yucatán.
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 ±3.1 por ciento . 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.
CALIDAD ESIMM 	CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados), que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles los proyectos de investigación que se le soliciten; dicha certificación, que nos ha sido ratificada cada año , garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos .
LEGAL	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.com.mx .
	¿QUÉ ES EL TRACKING POLL ROY CAMPOS? Es la herramienta perfecta y económica para generar sus propios indicadores de coyuntura y seguirlos a través del tiempo; usted contrata el número de preguntas que

METODOLOGÍA DEL **TRACKING POLL ROY CAMPOS**

requiera para la generación de su propio producto.

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

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

Una vez finalizado el estudio, usted recibirá la base de datos y un reporte con carácter **CONFIDENCIAL** que incluirá las preguntas contratadas mostrando el resultado para todos los ciudadanos entrevistados así como para algunos segmentos poblacionales básicos; sexo, edad agrupada en tres rangos además de dos grupos de nivel socioeconómico (A/B/C+) y (C/D+/D/E).

En caso de haber contratado reactivos por tres o más meses consecutivos, el diseño muestral permitirá entregarle también resultados por región (Norte, Centro, Sur y AMCM) y cuatro grupos de nivel socioeconómico: (A/B/C+) y (C/D+/D/E).

¿Y QUE VENTAJAS TENGO?

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

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

¿QUIÉNES PUEDEN CONTRATAR EL TRACKING POLL CONSULTA ROY CAMPOS?

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

¿Y DÓNDE LO CONTRATO?

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