

2012 LA ELECCIÓN



VARIABLES FUNDAMENTALES PARA SEGUIR EL PROCESO ELECTORAL

Diciembre 2011

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

El 18 de diciembre de 2011 inició la difusión de spots de radio y televisión en el periodo establecido para las precampañas; podemos por tanto poner este mes como el inicio de la comunicación masiva y planificada con los mensajes de los candidatos y partidos. Para dar contexto a los cambios observados en la preferencia durante ese mes podemos anotar como los eventos importantes (además del poco interés a la política por la navidad):

- 1) El ya mencionado inicio de spots políticos, de 5 a 6 cada hora entre 6 de la mañana y 12 de la noche en todas las estaciones de radio y televisión de todo el país.
- 2) Las críticas iniciadas en las redes sociales de internet hacia Peña Nieto por su equivocación en la FIL de Guadalajara fueron el tema los primeros días del mes.
- 3) En Guerrero asesinan a dos estudiantes normalistas generando repudio, renuncias de funcionarios estatales y policías arraigados
- 4) Los 5 precandidatos aumentan sus presentaciones e inician las postulaciones para los otros puestos que el 1 de julio de elegirán en las urnas y que serán mas de 2000.

A partir de 2012 estos reportes electorales los generaremos de manera más frecuente a través del **TRACKING POLL ROY CAMPOS** y en ella plasmaremos los movimientos en las preferencias, los que se generarán con el nuevo modelo de comunicación política en México que limita a los actores en la contratación y en el contenido de spots por ejemplo. Nuestros datos podrán ser consultados como siempre en www.consulta.mx



A destacar...

- 1) En la contienda por la candidatura del PAN sube Cordero 3 puntos y Vázquez Mota 2; el que baja es Creel. (La encuesta no es entre militantes sino entre simpatizantes por lo que no representa a los que eligen candidato). Josefina sigue arriba con 54% seguida de Creel con 31% y Cordero con 12%.
- 2) Diciembre dejó las opiniones positivas de AMLO en 21% y sus negativos crecen un punto de 30% a 31%; en el caso de EPN sus negativos crecen de 8% a 9% y donde más se ve afectado es en sus positivos que bajan de 40% a 37%.
- 3) En preferencias por partidos no se ven grandes cambios, baja la alianza PRI-PVEM-PANAL y sube PRD-PT-MC un punto porcentual, quedando en 39% la primer alianza y en 18% la segunda, y en medio de ambos el PAN con 21%.
- 4) En los enfrentamientos, al confrontar a JVM-EPN-AMLO el resultado es 21-42-17 respectivamente; si cambiamos a CREEL-EPN-AMLO las respuestas dan 19-44-18; y si se enfrenta a CORDERO-EPN-AMLO la encuesta en diciembre resulta en 15-44-19. Si solo vemos el caso del enfrentamiento con Vázquez Mota, ella y AMLO suben ambos 1.1 y EPN baja 2.6 puntos porcentuales. En los intervalos al 95% de confianza se ve que el 2do. lugar no está claro aún.



A destacar...

- 5) Para ver los distintos públicos o grupos poblacionales, entre los que usan twitter la ventaja de EPN sería de solamente 8 puntos sobre JVM; en Facebook sería de 13; fuera de las dos redes de 25 puntos.
- 6) Las preferencias para diputados federales baja 4 puntos para el PRI y 1 para el PAN; en cambio el PRD sube 3 puntos aunque siguen e la tercera posición (35-19-15 respectivamente ya medidos con sus alianzas).
- 7) Promediando preferencias "efectivas" de 6 encuestas (eliminando a quien no responde) da 50-29-21 a PRI-PAN-PRD (no se anotan las alianzas pero están incluidas). Y en el promedio de 6 encuestas que enfrentan a "punteros" la preferencia efectiva es 52-26-21 por EPN-JVM-AMLO (falta un punto por redondeo). Las 6 encuestas de distintas empresas dan el mismo 1er. lugar (EPN) pero 5 ponen en 2do. lugar a JVM y 1 a AMLO.



CONTENIDO

1. CONTEXTO

2. PRESIDENCIABLES

3. PREFERENCIAS Y ENFRENTAMIENTOS

4. CONGRESO

5. METODOLOGÍA

6. OTRAS ENCUESTAS





CONTEXTO

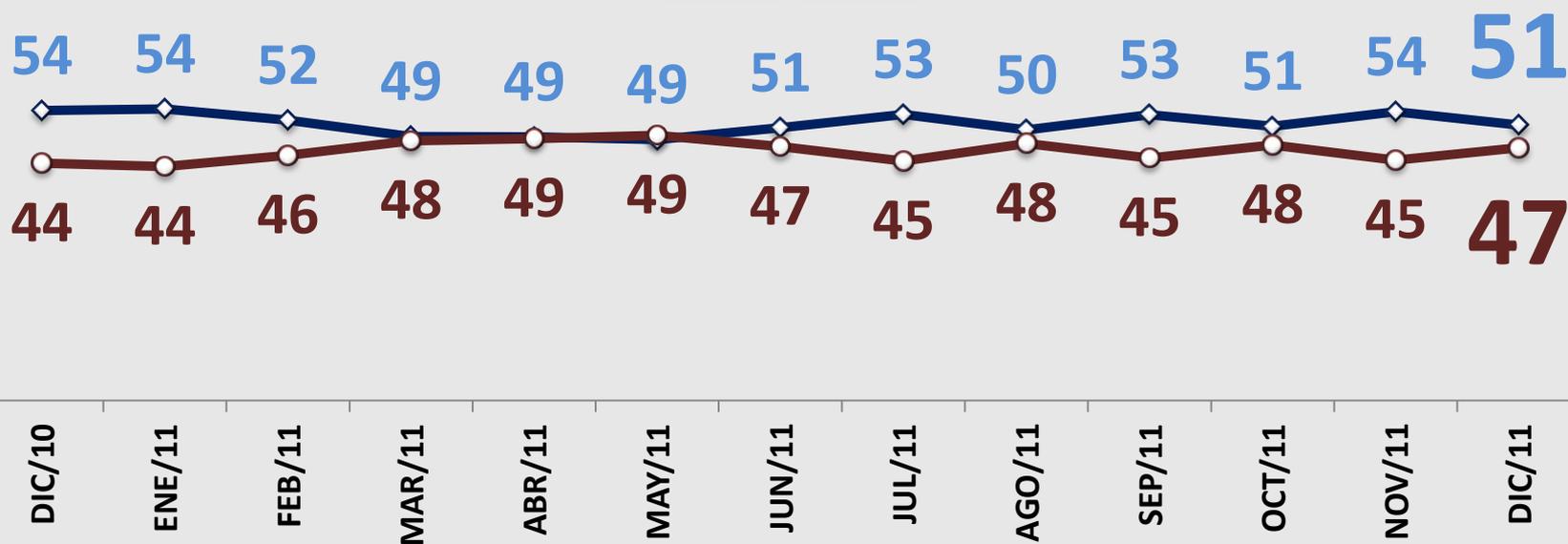


EVALUACIÓN PRESIDENCIAL



◆ Acuerdo

○ Desacuerdo



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



APROBACIÓN AUTORIDADES

DICIEMBRE 2011

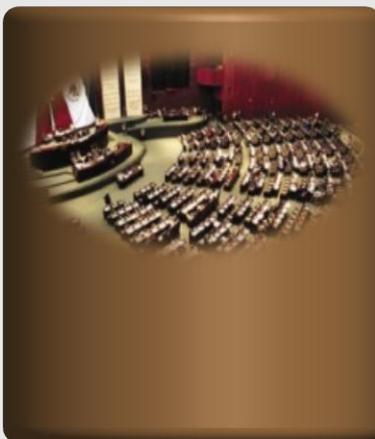
% ACUERDO

51.2%



PRESIDENTE

40.7%



DIPUTADOS

39.7%



SENADORES

Contexto

PROBLEMÁTICA PERCIBIDA

PRINCIPALES MENCIONES	DIC 2010	ENE 2011	FEB 2011	MAR 2011	ABR 2011	MAY 2011	JUN 2011	JUL 2011	AGO 2011	SEP 2011	OCT 2011	NOV 2011	DIC 2011	VARIACIÓN 2010-2011
INSEGURIDAD	28	28	32	35	37	34	31	33	34	37	36	35	33	5
CRISIS	25	25	21	19	20	20	18	16	18	17	20	19	19	-6
DESEMPLEO	14	14	14	14	15	16	18	16	16	15	17	16	17	3
POBREZA	10	10	9	9	7	8	9	9	8	6	6	8	9	-1
NARCOTRÁFICO	9	9	9	9	7	7	7	7	6	7	6	7	6	-3
CORRUPCIÓN	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	4	4	4	-1

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

www.consulta.mx

2012: La Elección
DICIEMBRE 2011





PRESIDENCIABLES

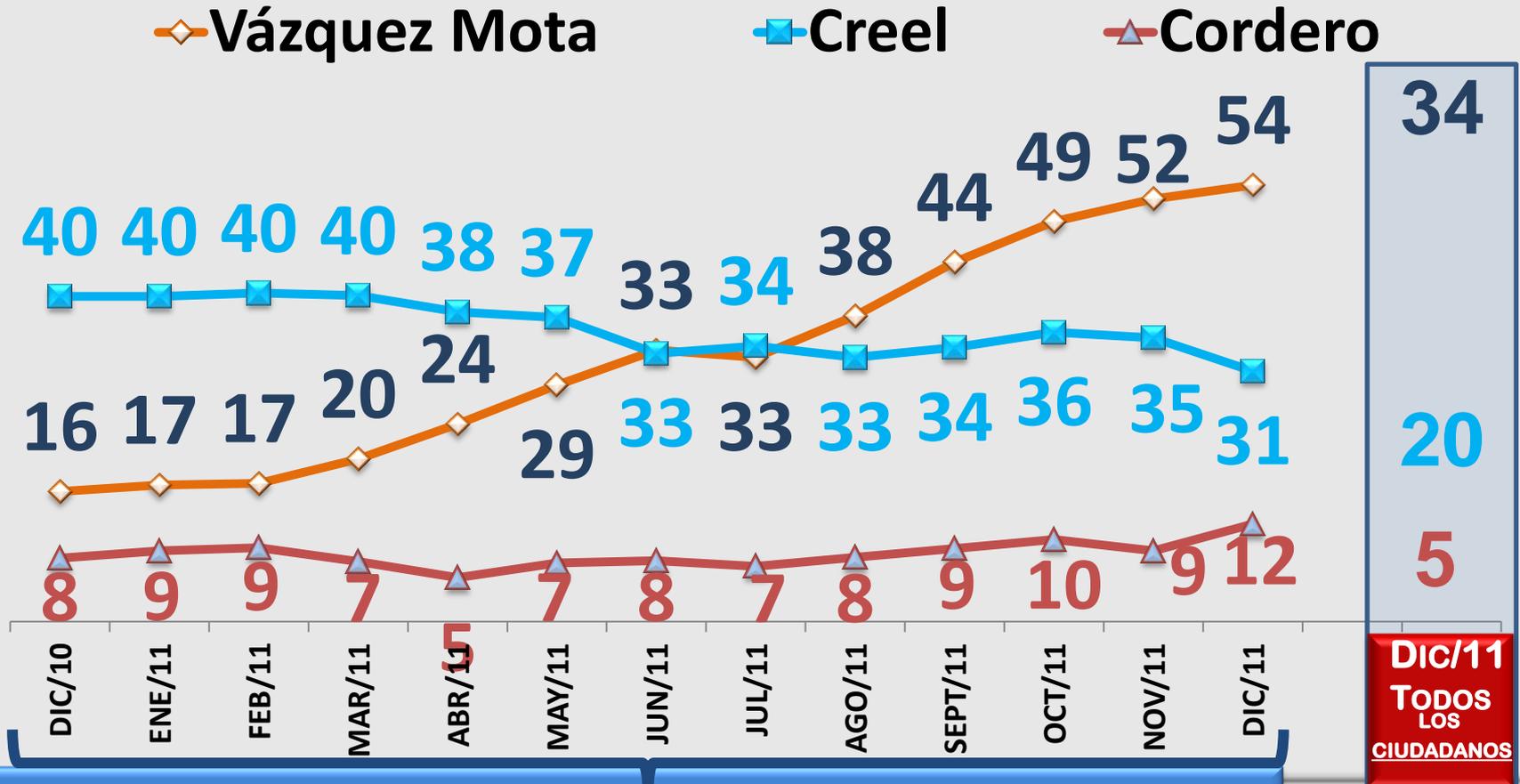


¿QUIÉN LE GUSTARÍA FUERA EL PRÓXIMO PRESIDENTE?

RESPUESTAS ESPONTANEAS	Nov/11	Dic/11	Variación Mensual
Enrique Peña Nieto	32.0	33.4	1.4
López Obrador	10.7	11.9	1.2
Josefina Vázquez Mota	7.3	8.1	0.8
Santiago Creel	5.0	4.7	-0.3
Marcelo Ebrard	2.2	1.4	-0.8
Ernesto Cordero	0.8	0.8	0.0

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





DIC/11
TODOS
LOS
CIUDADANOS

PREFERENCIA ENTRE SIMPATIZANTES PANISTAS

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

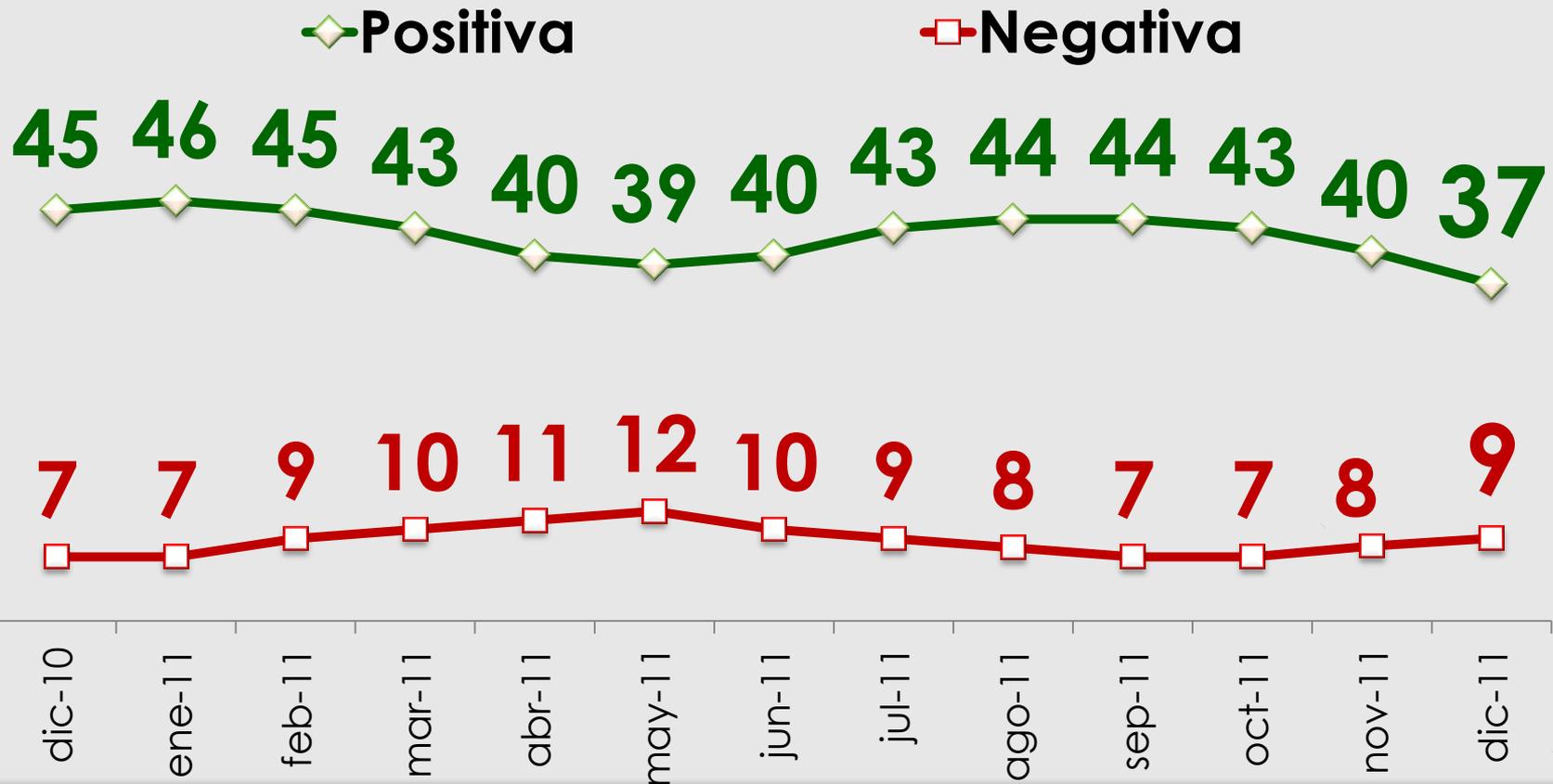


Presidenciables

IMAGEN PÚBLICA PEÑA NIETO



IMAGEN MENSUAL 2010-2011



*NO SE INCLUYE LA RESPUESTA "REGULAR"

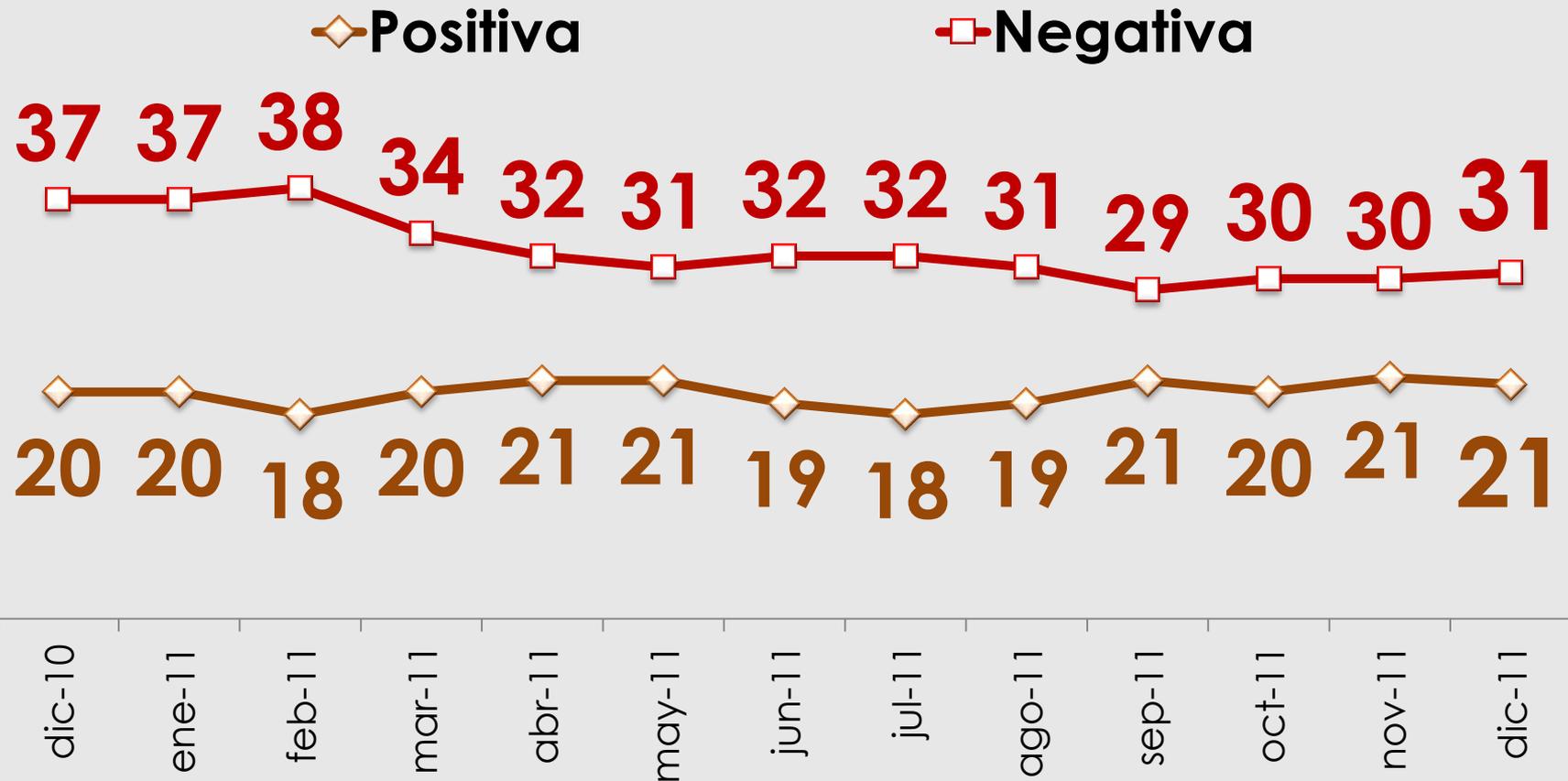


Presidenciables

IMAGEN PÚBLICA LÓPEZ OBRADOR



IMAGEN MENSUAL 2010-2011



*NO SE INCLUYE LA RESPUESTA "REGULAR"



Presidenciables

DE TRES PRINCIPALES PARTIDOS



CONOCIMIENTO
ENTRE TODOS LOS CIUDADANOS

% CONOCIMIENTO

	DIC 10	ENE 11	FEB 11	MAR 11	ABR 11	MAY 11	JUN 11	JUL 11	AGO 11	SEP 11	OCT 11	NOV 11	DIC 11
López Obrador	95	94	95	95	96	96	96	96	96	96	96	95	96
Peña Nieto	91	91	92	92	93	93	94	93	94	93	94	94	95
Santiago Creel	64	66	69	65	65	65	68	71	71	71	73	73	76
Vázquez Mota	40	43	44	44	47	51	54	53	56	59	66	67	73
Ernesto Cordero	18	18	19	16	19	20	22	23	28	31	38	39	44



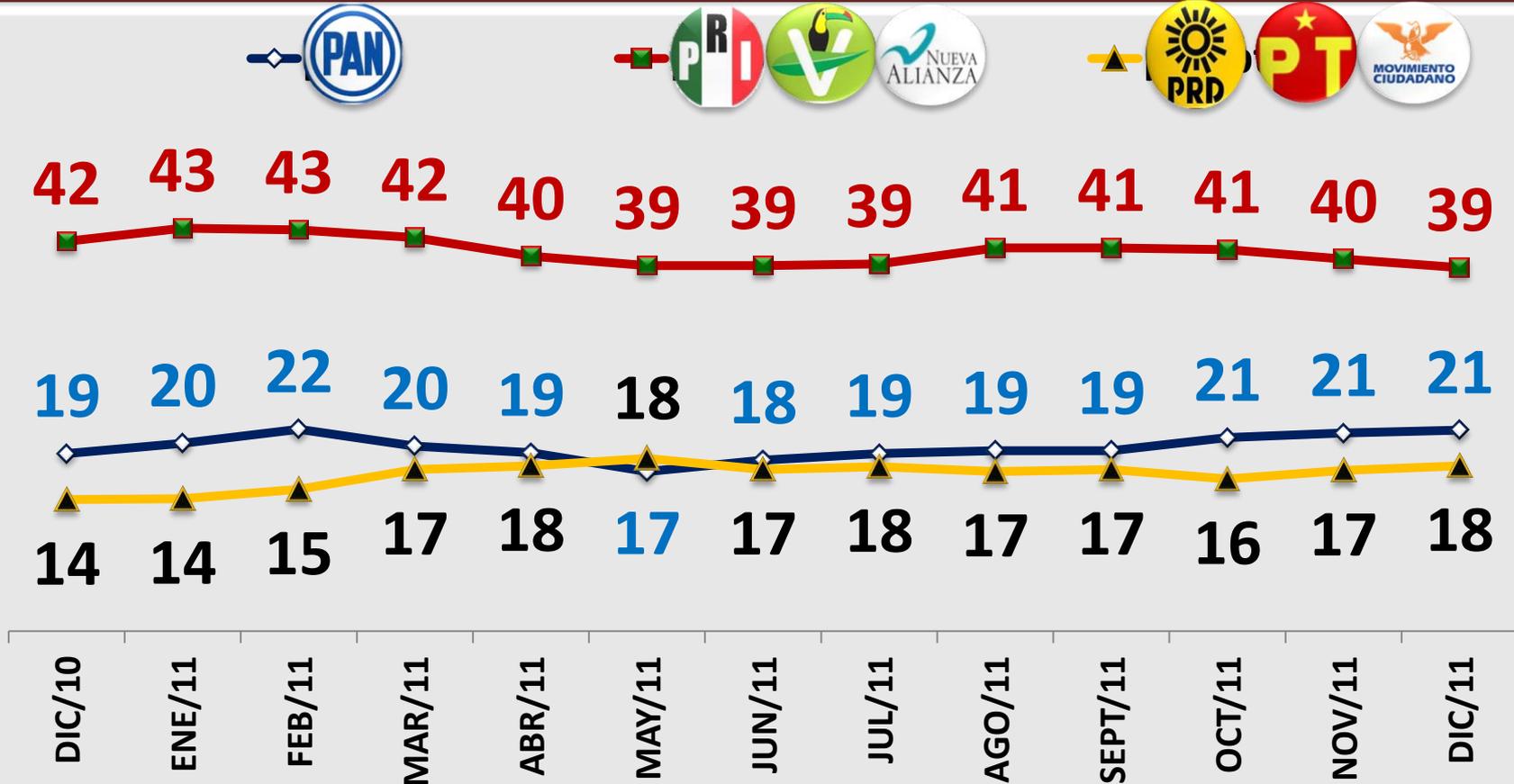


PREFERENCIAS Y ENFRENTAMIENTOS



PARA PRESIDENTE, SIN CANDIDATOS

ESCENARIO CON ALIANZAS



* A partir de Octubre de 2011 Convergencia empieza a ser medido como Movimiento Ciudadano

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



Preferencias

COMBINACIÓN DE CANDIDATOS

(PROBABLES ESCENARIOS CON ALIANZAS)

DICIEMBRE 2011

21



39



18



*NO SUMA 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE AL 22% QUE NO DECLARA PREFERENCIA

21



Vázquez
Mota

42



Peña
Nieto

17



López
Obrador

*NO SE INCLUYE AL 20% QUE NO DECLARA PREFERENCIA

44



19



Creel



Peña
Nieto

18



López
Obrador

*NO SE INCLUYE AL 19% QUE NO DECLARA PREFERENCIA

44



15



Cordero



Peña
Nieto

19

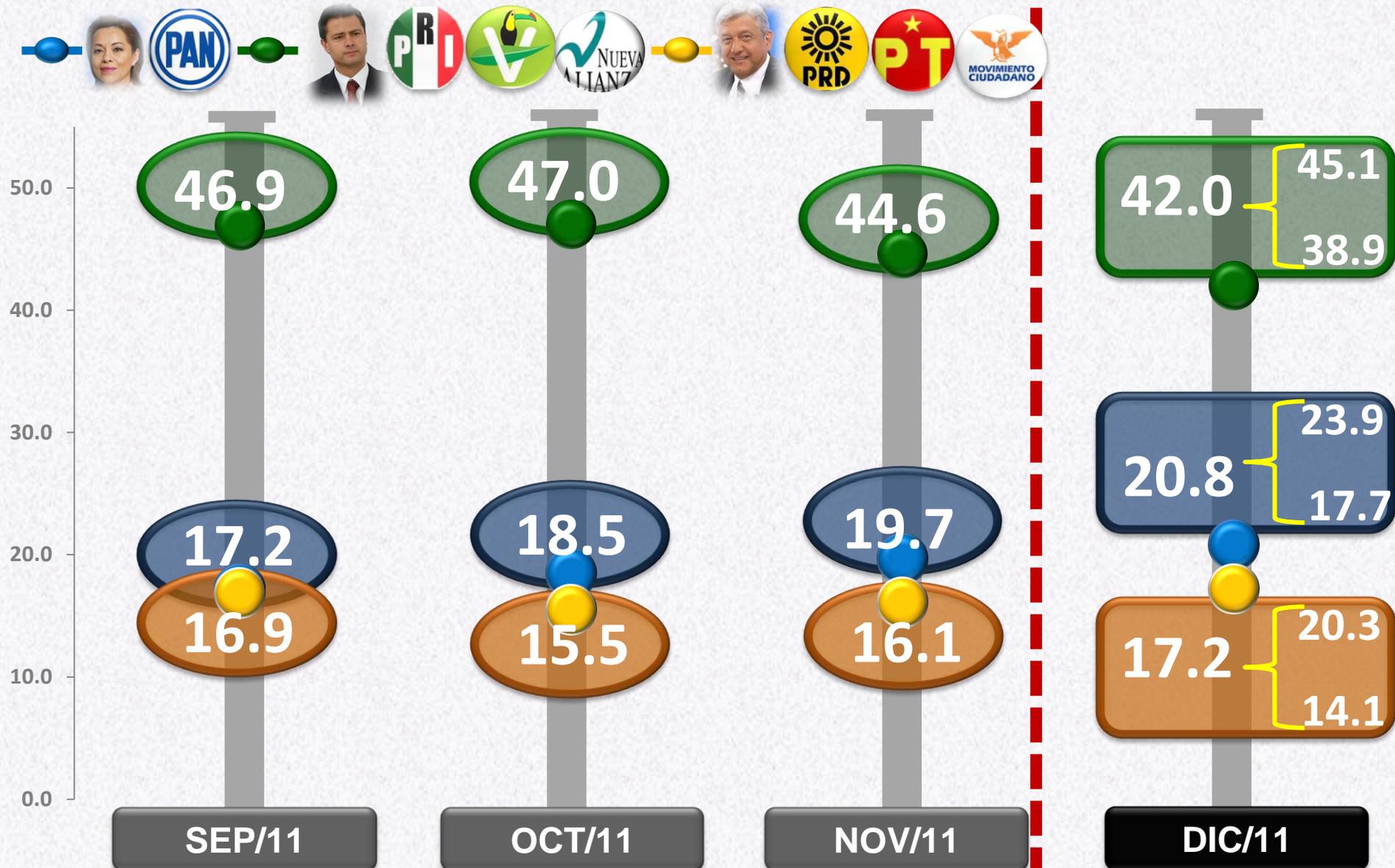


López
Obrador

*NO SE INCLUYE AL 22% QUE NO DECLARA PREFERENCIA



ENFRENTAMIENTO ENTRE "PUNTEROS"



*NO SUMAN 100% DEBIDO A QUE NO SE INCLUYE A QUIENES NO DECLARAN PREFERENCIA
 EN EL CORCHETE { SE INDICA EL INTERVALO AL 95% DE CONFIANZA }

2012: La Elección
 DICIEMBRE 2011



DICIEMBRE 2011



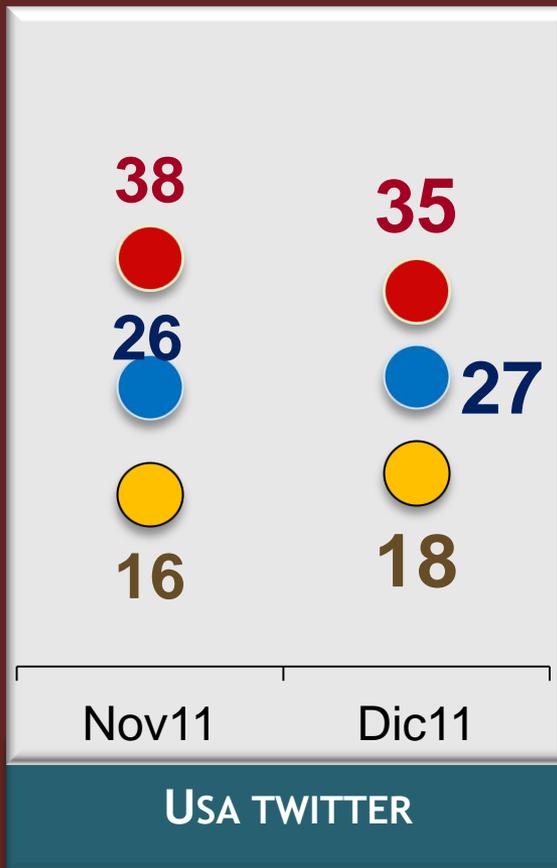
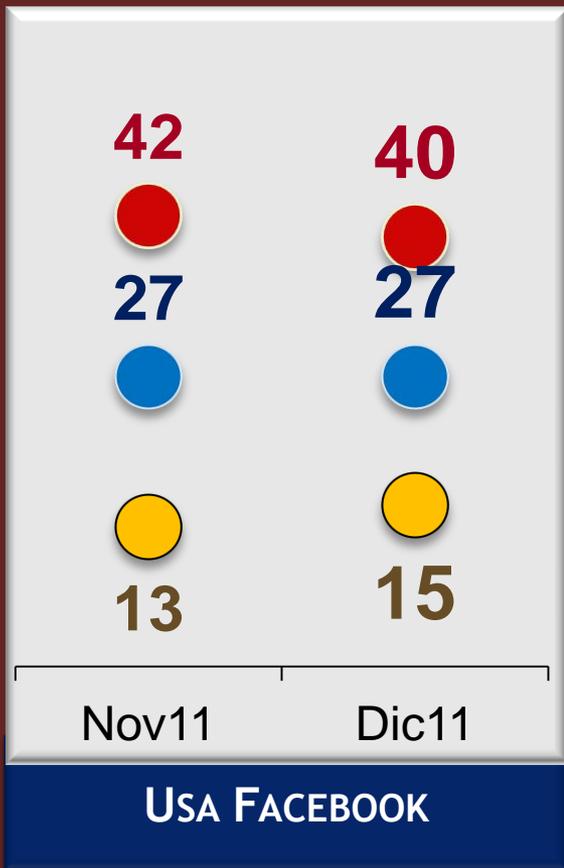
Vázquez Mota



Peña Nieto



López Obrador



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





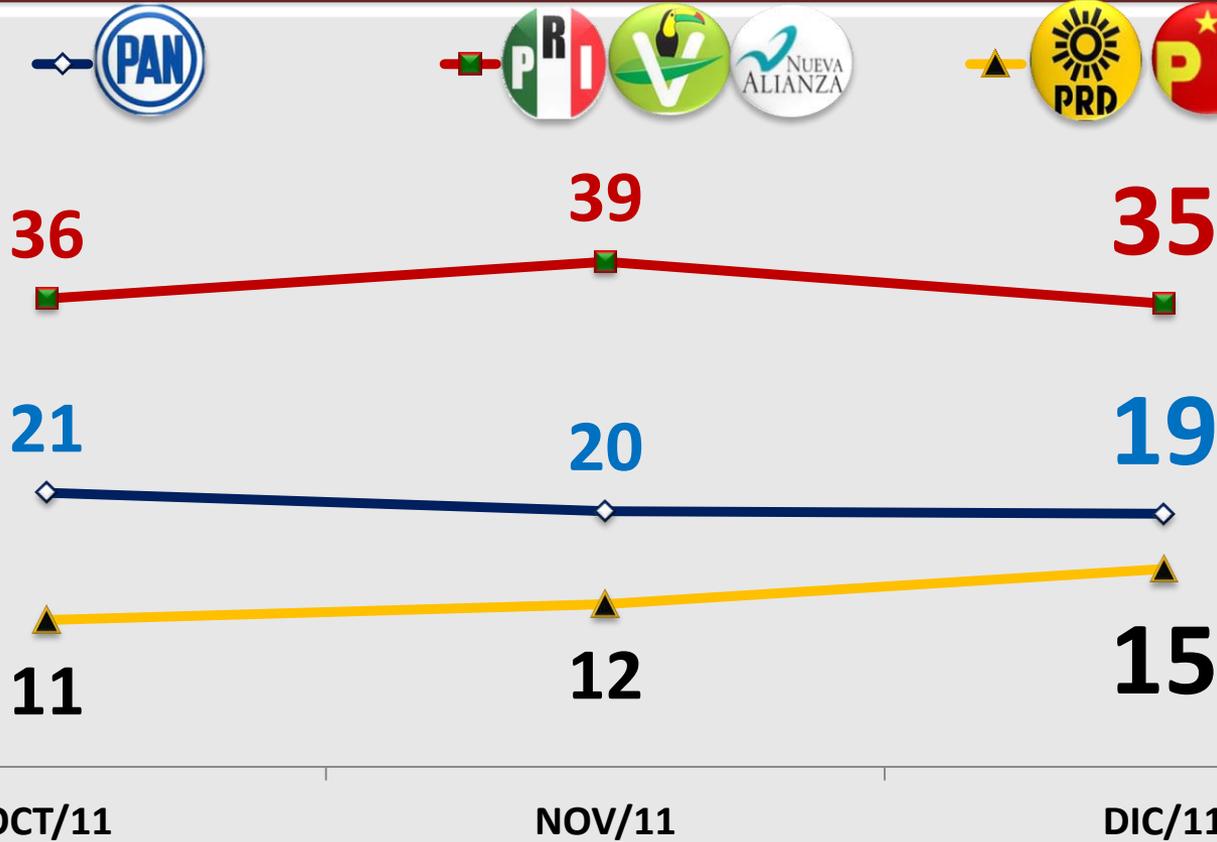
EL CONGRESO



DIPUTADO FEDERAL



ESCENARIO CON ALIANZAS



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



PREFERENCIA PARA DIPUTADOS

(Nov 2011-ENE 2012)

ESTADOS AGRUPADOS

ESTADOS

		  	  
BAJA CALIFORNIA-BAJA CALIFORNIA SUR	26.5	33.7	15.2
SONORA-SINALOA	20.1	23.3	5.6
CHIHUAHUA-DURANGO-COAHUILA	26.8	45.6	7.1
ZACATECAS-AGUASCALIENTES-SLP	23.8	41.9	8.8
NAYARIT-JALISCO-COLIMA	27.7	36.5	4.6
NUEVO LEÓN-TAMAULIPAS	22.4	43.3	3.7
GUANAJUATO-QUERÉTARO	26.7	41.9	4.2
MICHOACÁN-GUERRERO	14.1	26.0	31.4
DISTRITO FEDERAL-MORELOS	11.8	32.5	26.4
PUEBLA-TLAXCALA	19.6	23.9	7.2
HIDALGO-MÉXICO	14.1	40.3	17.3
VERACRUZ-TABASCO	17.6	41.4	15.9
OAXACA-CHIAPAS	21.8	25.5	16.8
YUCATÁN-CAMPECHE-QUINTANA ROO	22.6	40.4	14.7

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

METODOLOGÍA

FECHA DE REALIZACIÓN	17 al 20 Diciembre 2010	23 al 29 de Mayo de 2011	20 al 24 de Octubre 2011
	20 al 24 de Enero de 2011	24 al 27 de Junio de 2011	21 al 27 de Noviembre 2011
	16 al 20 de Febrero 2011	27 al 31 de Julio de 2011	26 al 29 de Diciembre 2011
	25 a 28 de Marzo 2011	20 al 24 de Agosto de 2011	
	29 Abril a 2 Mayo 2011	22 al 26 Septiembre 2011	
TAMAÑO DE MUESTRA	1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar cada mes. 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 en el país y de sus resultados oficiales en 2009, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 100 secciones electorales en todo el territorio nacional, en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.		



METODOLOGÍA

PERFIL DE LA POBLACIÓN ENCUESTADA

Sexo	%	NSE AMAI	%
Hombre	47.8	Alto (A/B, C+)	18.2
Mujer	52.2	Medio (C, D+)	55.0
Edad	%	Bajo (D, E)	26.8
De 29 años	31.7	Escolaridad	%
De 49 años	41.1	Ninguno y primaria	31.3
De 50 y Más años	27.2	Secundaria	57.8
		Preparatoria	9.7
		Universidad y más	1.2

PERSONAL INVOLUCRADO

64	Encuestadores	15	Capturistas de información
22	Supervisores	3	Supervisores de captura
6	Coordinadores de campo	2	Analistas de sistemas
2	Responsable de proyecto	2	Investigadores



METODOLOGÍA

MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión, calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra. El software utilizado para el procesamiento de la información es Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES

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.

PREGUNTAS ELECTORALES (MOSTRANDO TARJETA CON LOGOTIPOS DE PARTIDOS)

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

Y si el día de hoy fueran las elecciones para Diputado Federal,

TASA GENERAL DE RECHAZO A LA ENTREVISTA

57.1%

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 porqué replicarse.



METODOLOGÍA

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

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 2012



PREFERENCIA ELECTORAL "BRUTA"

Sin candidatos , encuestas en viviendas

ENCUESTAS NO PARTIDISTAS

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FECHA		  	  	OTRO	NO DECLARA
EXCÉLSIOR ^{*a}	OCT/11	27.0	54.0	19.0	--	--
EL UNIVERSAL ^a	Nov/11	25.0	40.0	14.0	--	21.0
ISA	Nov/11	21.0	40.0	14.0	4.0	21.0
REFORMA ^{*a}	DIC/11	33.0	46.0	21.0	--	--
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	ENE/12	23.0	39.0	17.0	--	21.0
CONSULTA MITOFSKY	ENE/12	21.4	38.7	17.6	--	22.3

*Preferencia efectiva

^a Con desglose de partidos

PREFERENCIA ELECTORAL "EFECTIVA"

Sin candidatos , encuestas en viviendas

PROMEDIO
OCT-11/ENE-12

29.0

50.2

20.8

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FECHA		  	  	TOTAL
EXCÉLSIOR	OCT/11	27.0	54.0	19.0	100.0
EL UNIVERSAL	Nov/11	31.6	50.6	17.7	100.0
ISA*	NOV/11	26.6	51.9	21.5	100.0
REFORMA	DIC/11	33.0	46.0	21.0	100.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	ENE/12	28.0	49.0	23.0	100.0
CONSULTA MITOFSKY	ENE/12	27.5	49.8	22.7	100.0
PROMEDIO	OCT 11 - ENE 12	29.0	50.2	20.8	100.0

*incluyen a los partidos PAN-PRI-PRD sin coaliciones

ENCUESTAS NO PARTIDISTAS

ENFRENTAMIENTO ENTRE PUNTEROS

PREFERENCIA "BRUTA"

ENCUESTAS NO PARTIDISTAS



MEDIO DE COMUNICACIÓN	FECHA	Vázquez Mota	Peña Nieto	López Obrador	OTRO	No declara
EXCÉLSIOR*	OCT/11	26.0	55.0	19.0		--
EL UNIVERSAL	Nov/11	24.0	44.0	15.0	1.0	16.0
ISA	Nov/11	19.0	44.0	16.0		21.0
REFORMA*	DIC/11	25.0	49.0	26.0		--
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)*	ENE/12	28.0	49.0	23.0		--
CONSULTA MITOFSKY	ENE/12	20.8	42.0	17.2		20.0

*Preferencia efectiva

ENFRENTAMIENTO ENTRE PUNTEROS

PREFERENCIA “EFFECTIVA”

PROMEDIO
OCT-11/ENE-12



26.3

52.4



21.3

Josefina
Vázquez Mota

Enrique
Peña Nieto

Andrés Manuel
López Obrador

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FECHA	Josefina Vázquez Mota	Enrique Peña Nieto	Andrés Manuel López Obrador
EXCÉLSIOR	OCT/11	26.0	55.0	19.0
EL UNIVERSAL	Nov/11	28.9	53.0	18.1
ISA	Nov/11	24.1	55.6	20.3
REFORMA	DIC/11	25.0	49.0	26.0
ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA (OEM)	ENE/12	28.0	49.0	23.0
CONSULTA MITOFSKY	ENE/12	26.0	52.5	21.5
PROMEDIO	OCT 11 - ENE 12	26.3	52.4	21.3

ENCUESTAS NO PARTIDISTAS

CONTIENDA INTERNA



“Sólo panistas”

PROMEDIO
OCT-11/ENE 12

51.1

ENCUESTAS NO PARTIDISTAS

26.8

10.6

JOSEFINA
VÁZQUEZ MOTA

SANTIAGO
CREEL

ERNESTO
CORDERO

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FECHA	JOSEFINA VÁZQUEZ MOTA	SANTIAGO CREEL	ERNESTO CORDERO
EXCÉLSIOR*	OCT/11	57.0	38.0	6.0
EL UNIVERSAL	NOV/11	44.0	26.0	6.0
ISA**	NOV/11	61.0	14.0	15.0
REFORMA	DIC/11	40.0	25.0	14.0
CONSULTA MITOFSKY	ENE/12	53.7	30.8	12.0
PROMEDIO	OCT/11-ENE/12	51.1	26.8	10.6

No suma 100% porque no se incluye el otros, cualquiera, ninguno o no contesta

*Preferencia efectiva

** Afiliados a ese partido

DETALLE DE ENCUESTAS NACIONALES

MEDIO DE COMUNICACIÓN/EMPRESA	FECHA DE LEVANTAMIENTO	FECHA DE DIFUSIÓN
 <p>EXCELSIOR www.excelsior.com.mx</p> <p>BGC</p>	9 al 12 de octubre de 2011	24 y 31 de octubre 2011
 <p>EL UNIVERSAL EL GRAN DIARIO DE MÉXICO</p> <p>buendía&laredo</p>	10 al 15 de noviembre 2011	22 de noviembre 2011
 <p>ISA® Investigaciones Sociales Aplicadas</p>	18 al 21 de noviembre de 2011	30 de noviembre 2011
 <p>REFORMA CORAZÓN DE MÉXICO</p>	25 al 27 de noviembre 2011	12 de diciembre 2011
 <p>El Sol de México</p> <p>Parametría INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO</p>	2 al 6 de enero 2012	9 de enero 2012
 <p>CONSULTA MITOFSKY</p>	26 al 29 de diciembre 2011	10 de enero 2012

