



**FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD VERACRUZANA**

FORO ACADÉMICO: MARKETING DEMOCRACIA

Xalapa, Veracruz, 16 de marzo de 2012

LAS ENCUESTAS DURANTE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES



Ricardo de la Peña

Presidente Ejecutivo de *ISA Investigaciones Sociales Aplicadas*



®

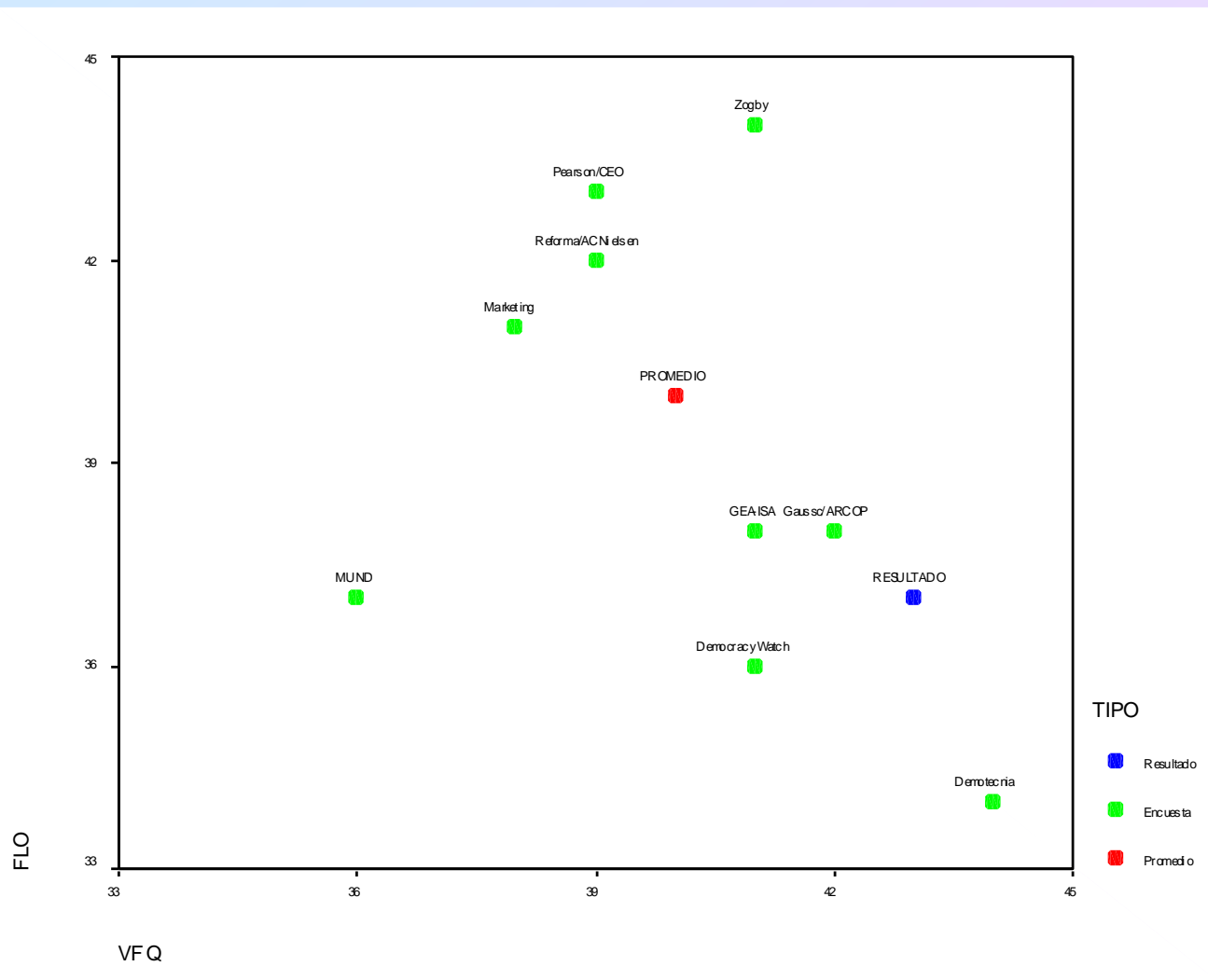
Investigaciones
Sociales Aplicadas

PRIMER CASO: LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2006



Investigaciones
Sociales Aplicadas

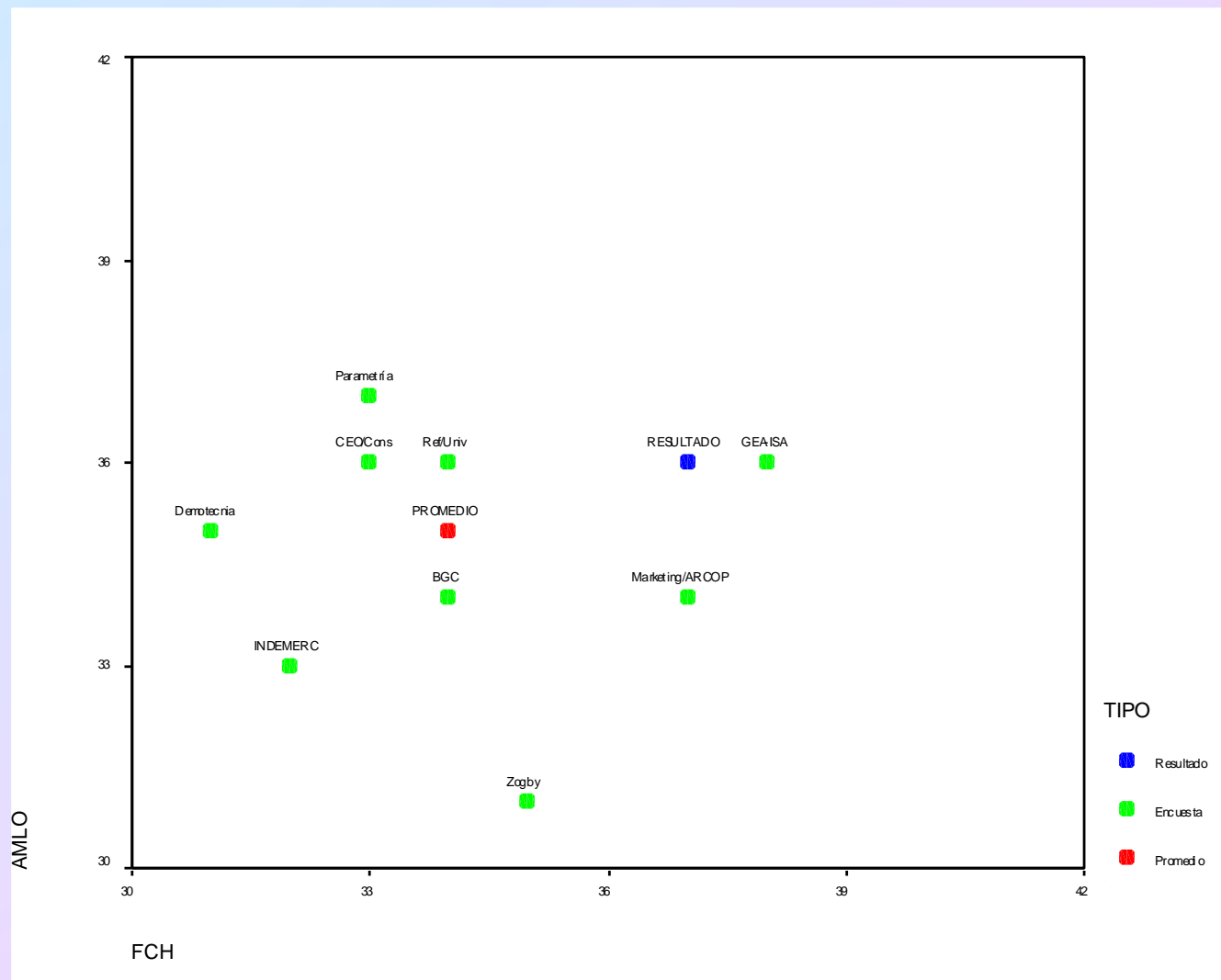
ENCUESTAS PREELECTORALES FINALES Y RESULTADO OFICIAL (2000)





Investigaciones
Sociales Aplicadas

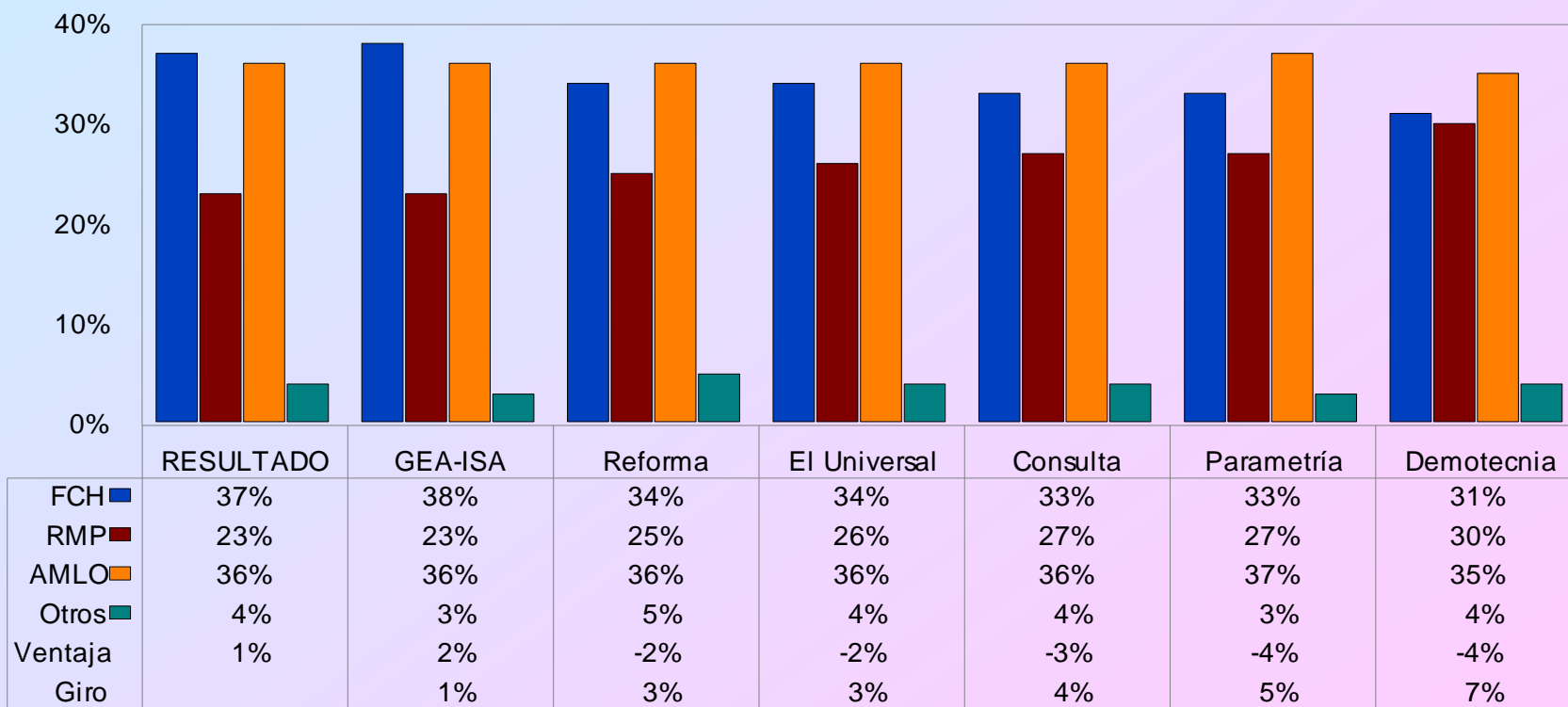
ENCUESTAS PREELECTORALES FINALES Y RESULTADO OFICIAL (2006)





Investigaciones
Sociales Aplicadas

Gráfica 10. Comparativo entre estimaciones de las encuestas finales de las series completas de encuestas nacionales con resultado oficial de la elección presidencial 2006

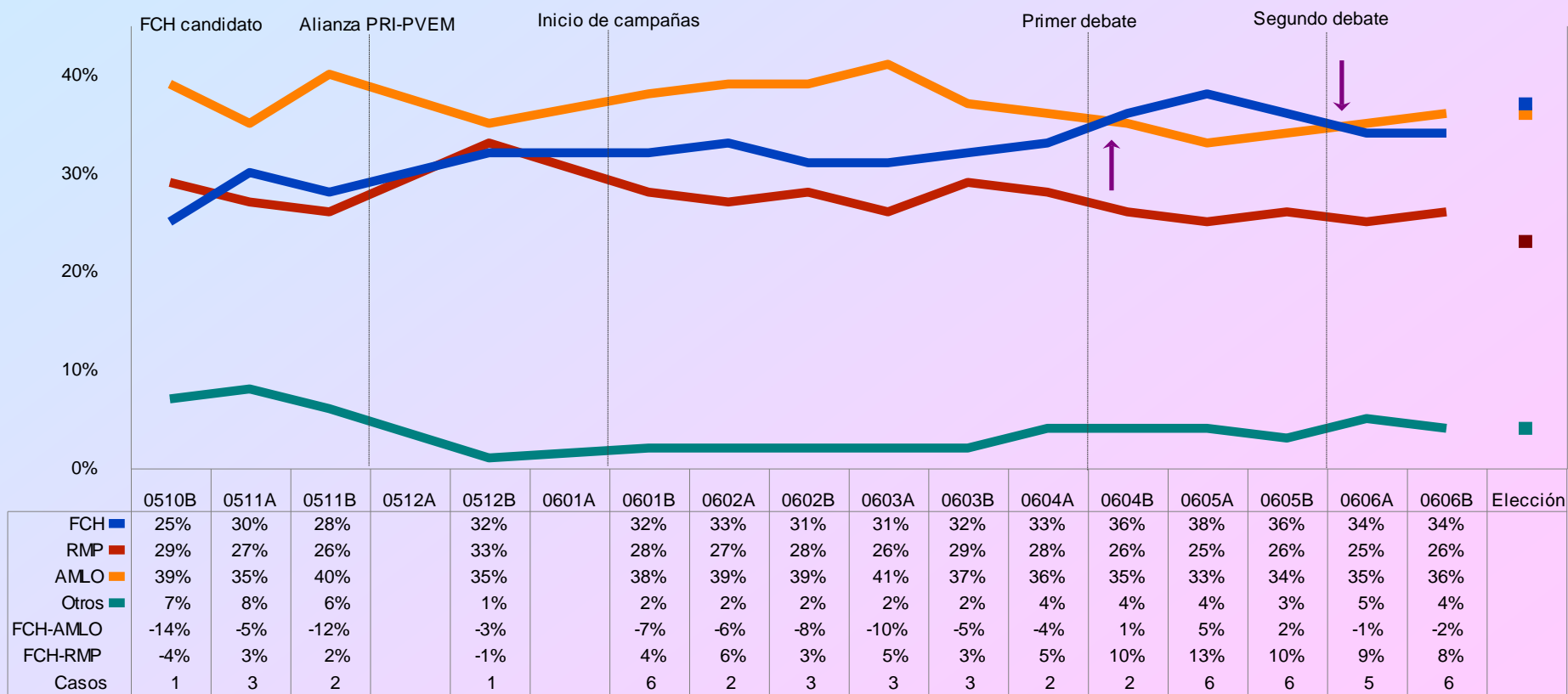




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PROMEDIO DE SERIES COMPLETAS EN EL PROCESO ELECTORAL 2006

Gráfica 6. Estimación promedio de preferencias por candidato para la elección de Presidente de la República 2006 en las 51 encuestas nacionales de series completas y resultado oficial de la elección



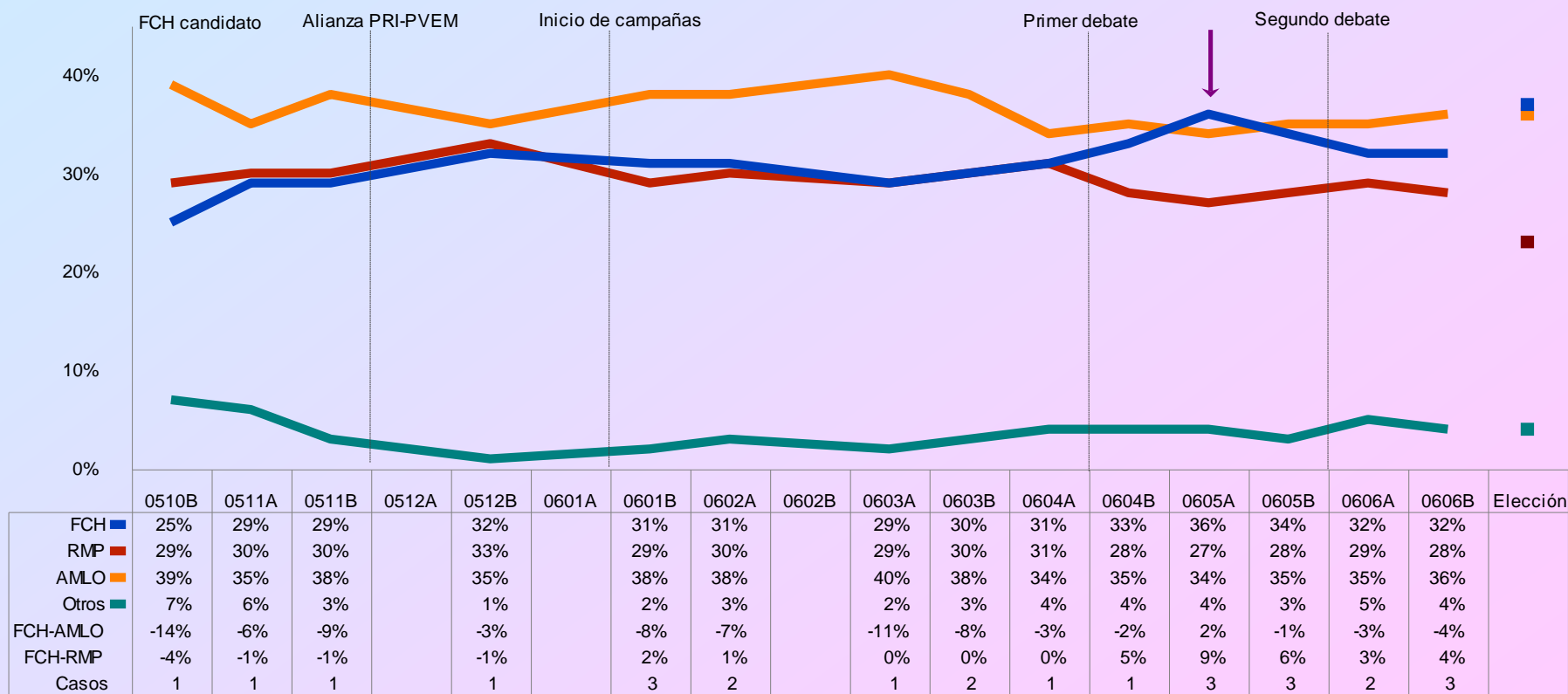
Fuentes: www.opinamexico.org y www.ife.org



Investigaciones
Sociales Aplicadas

PROMEDIO DE 3 SERIES ERRADAS EN EL PROCESO ELECTORAL 2006

Gráfica 12. Estimaciones de preferencias por candidato para la elección de Presidente de la República 2006 en las series de Consulta, Parametría y Demotecnia y resultado oficial de la elección



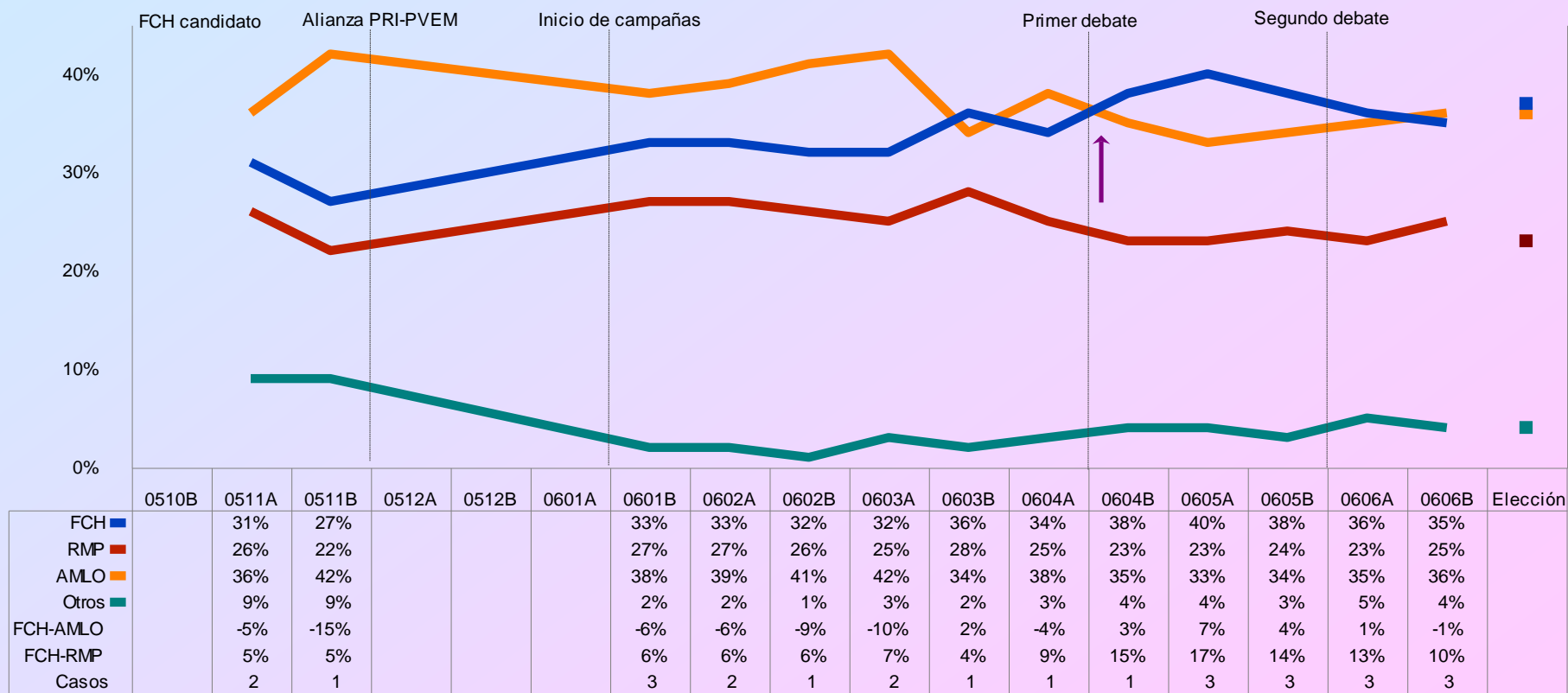
Fuentes: www.opinamexico.org y www.ife.org



Investigaciones
Sociales Aplicadas

PROMEDIO DE 3 SERIES ACERTADAS EN EL PROCESO ELECTORAL 2006

Gráfica 13. Estimaciones de preferencias por candidato para la elección de Presidente de la República 2006 en las series de Reforma, El Universal y GEA-ISA y resultado oficial de la elección



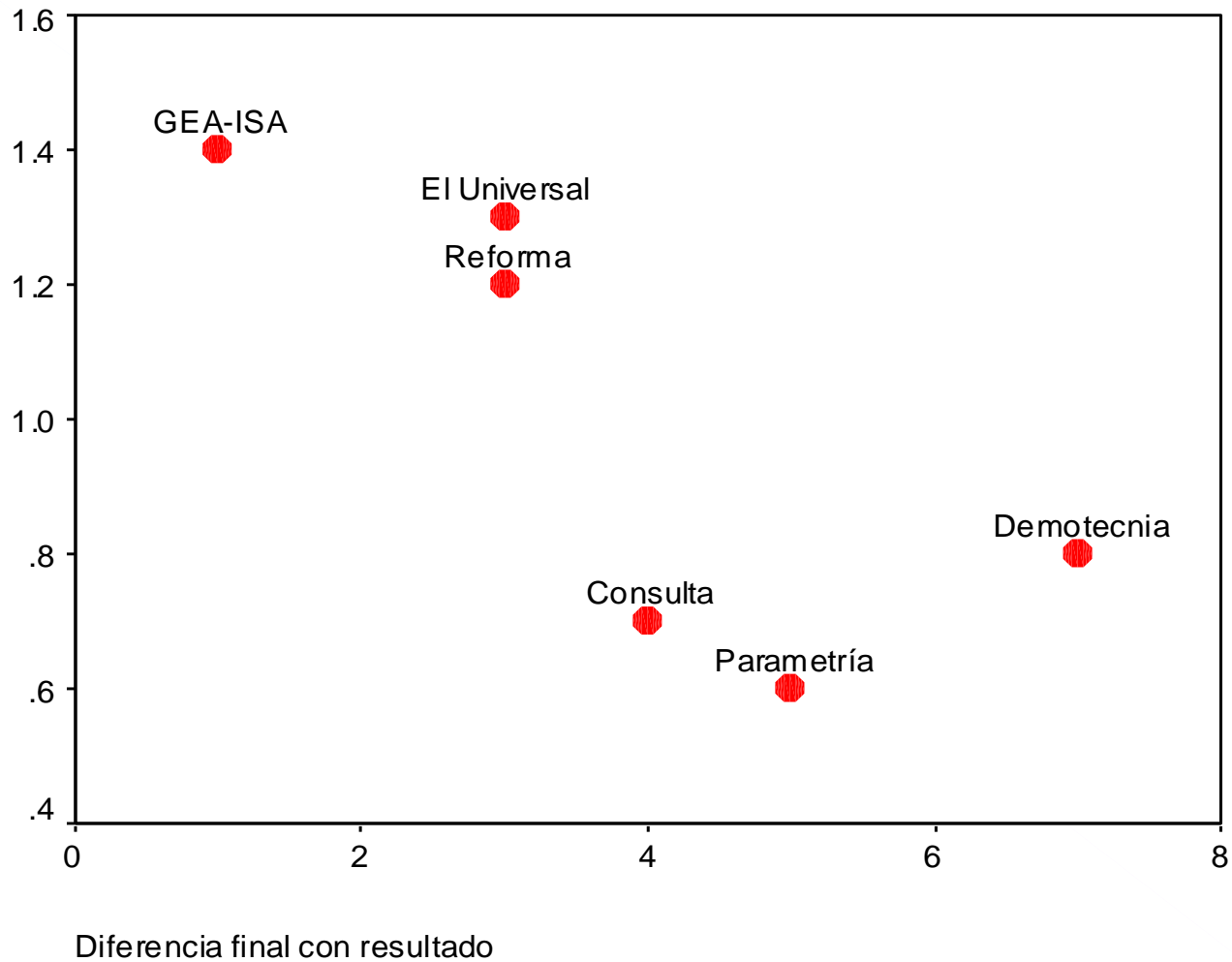
Fuentes: www.opinamexico.org y www.ife.org



Investigaciones
Sociales Aplicadas

CAMBIO MEDIDO EN INTENCIONES Y APROXIMACIÓN A RESULTADO

Gráfica 11. Giro medio semanal y diferencia final con resultado

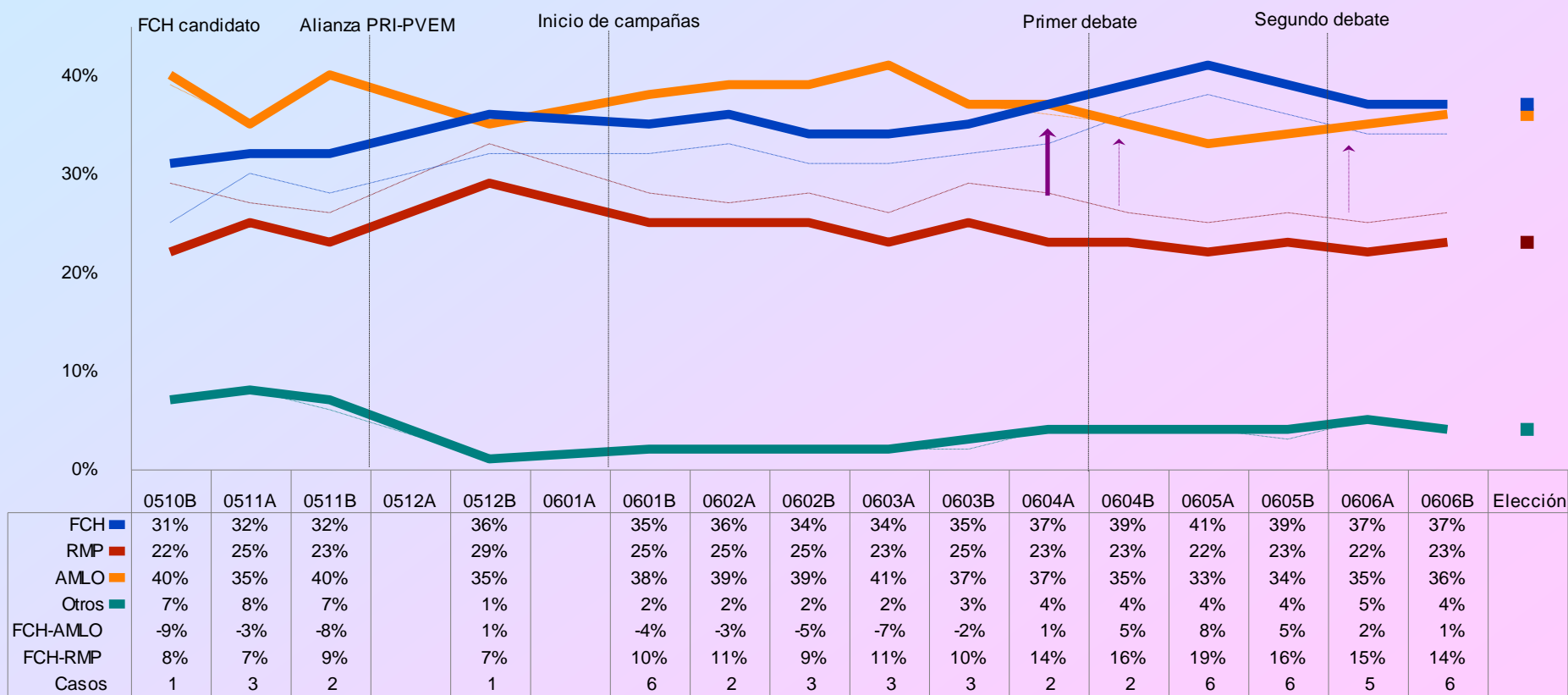




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS DURANTE EL PROCESO ELECTORAL 2006

Gráfica 14. Estimaciones promedio y ajustada de preferencias por candidato para la elección de Presidente de la República 2006 en las 51 encuestas nacionales de series completas y resultado oficial de la elección



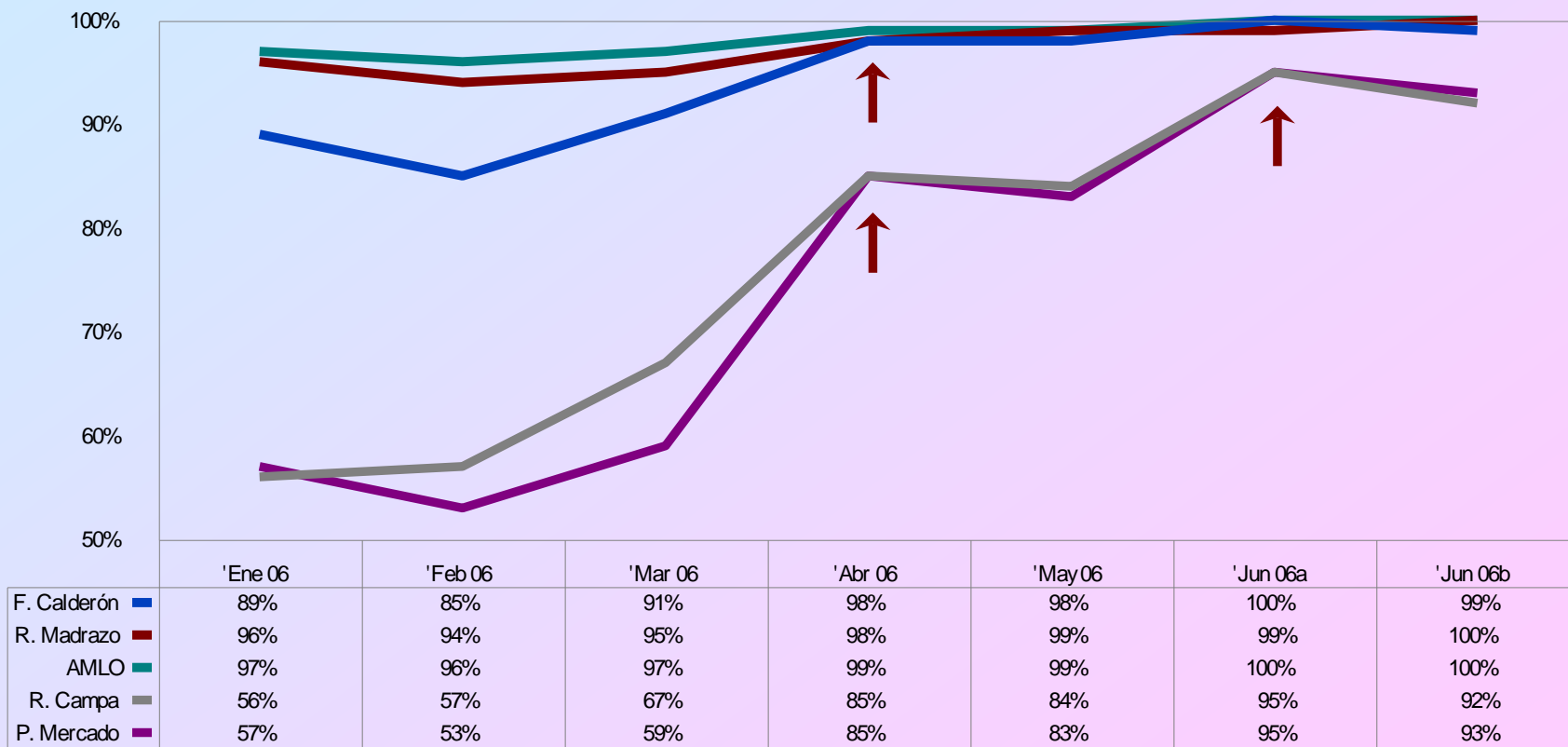
Fuentes: www.opinamexico.org y www.ife.org



Investigaciones
Sociales Aplicadas

CONOCIMIENTO DE CANDIDATOS

¿Ha oído o no hablar de...? (nivel de conocimiento)

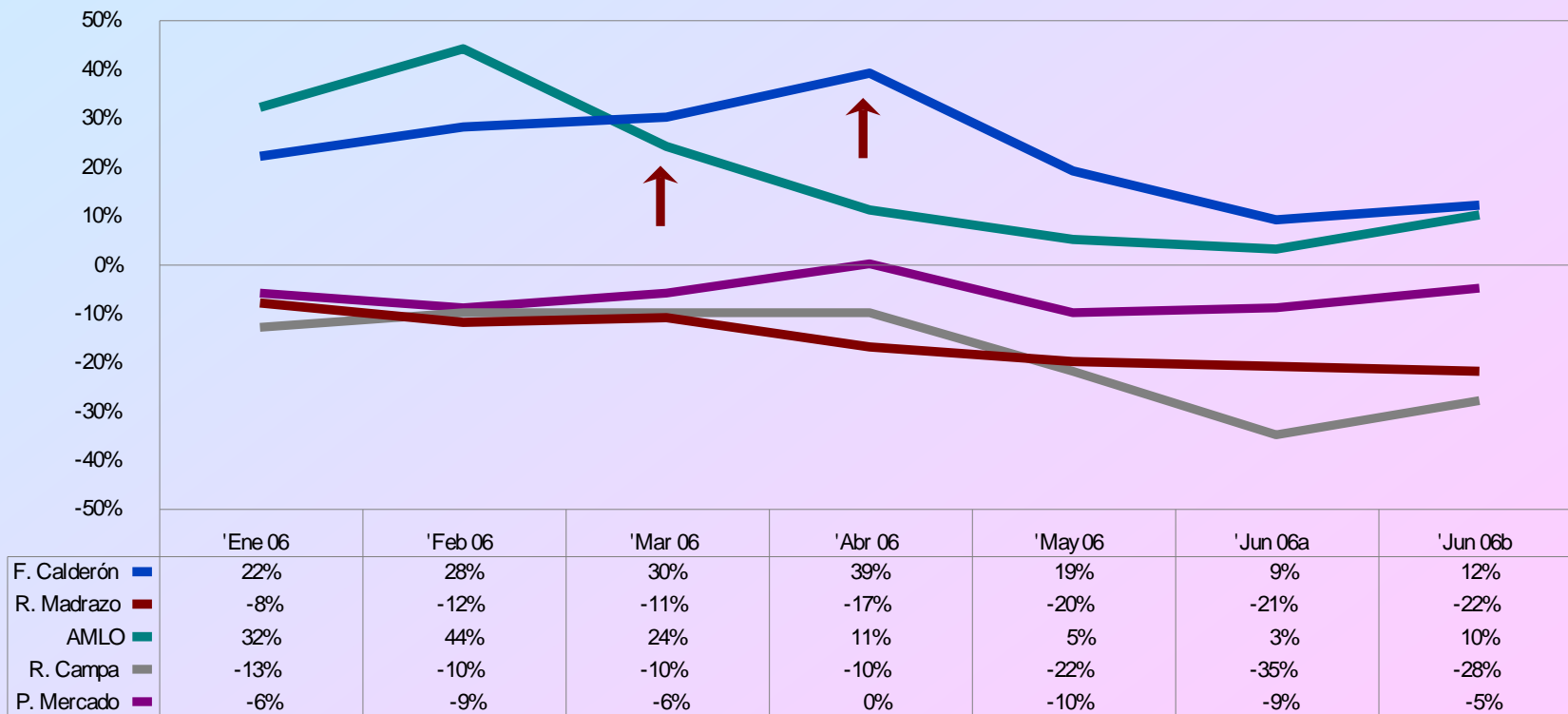




Investigaciones
Sociales Aplicadas

OPINIÓN SOBRE CANDIDATOS

¿Es positiva o negativa la opinión que tiene de...?
(balance positivas-negativas)

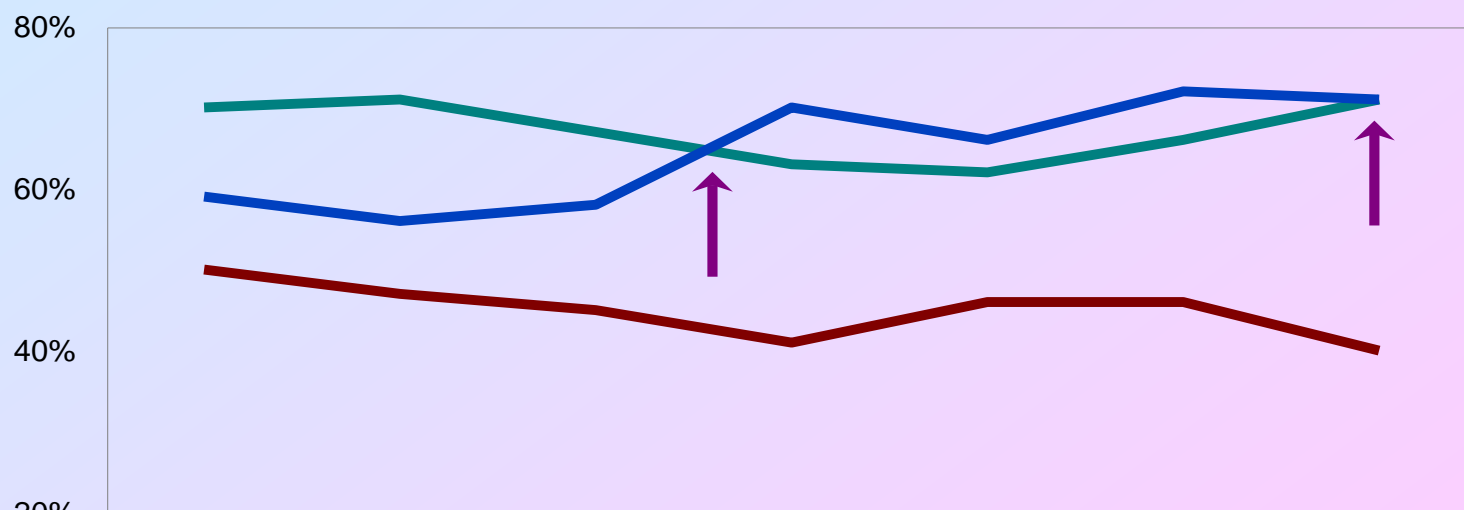




Investigaciones
Sociales Aplicadas

POSIBLES GANADORES

¿Cree usted que tiene o no tiene posibilidades reales de ganar esta elección...?
(porcentajes que afirman que el candidato sí tiene posibilidades de ganar)



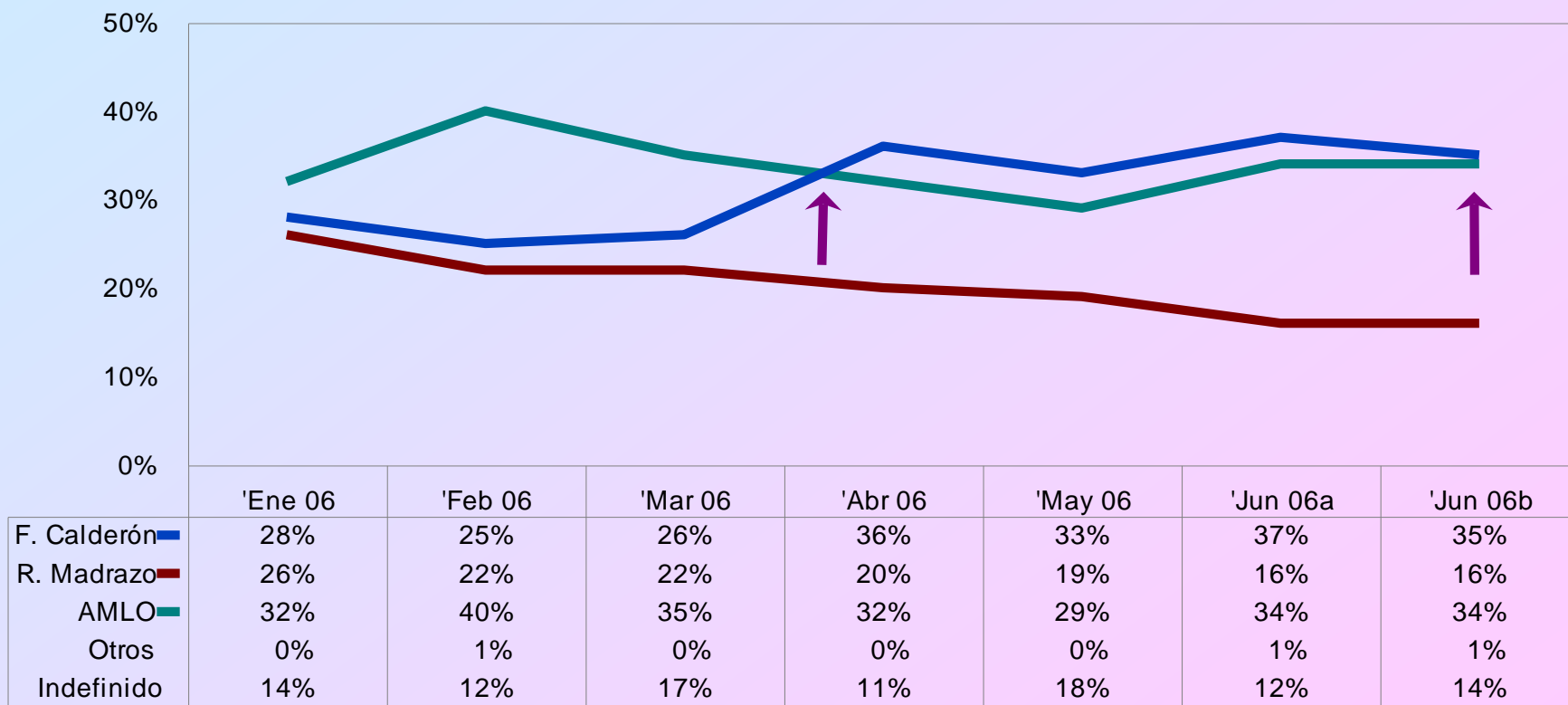
	'Ene 06	'Feb 06	'Mar 06	'Abr 06	'May 06	'Jun 06a	'Jun 06b
F Calderón	59%	56%	58%	70%	66%	72%	71%
R Madrazo	50%	47%	45%	41%	46%	46%	40%
AMLO	70%	71%	67%	63%	62%	66%	71%
R Campa	6%	7%	7%	8%	6%	7%	8%
P Mercado	7%	6%	4%	10%	9%	10%	11%



Investigaciones
Sociales Aplicadas

CREENCIA EN GANADOR

¿Y cuál de estos candidatos cree usted que ganará la próxima elección para Presidente de la República?

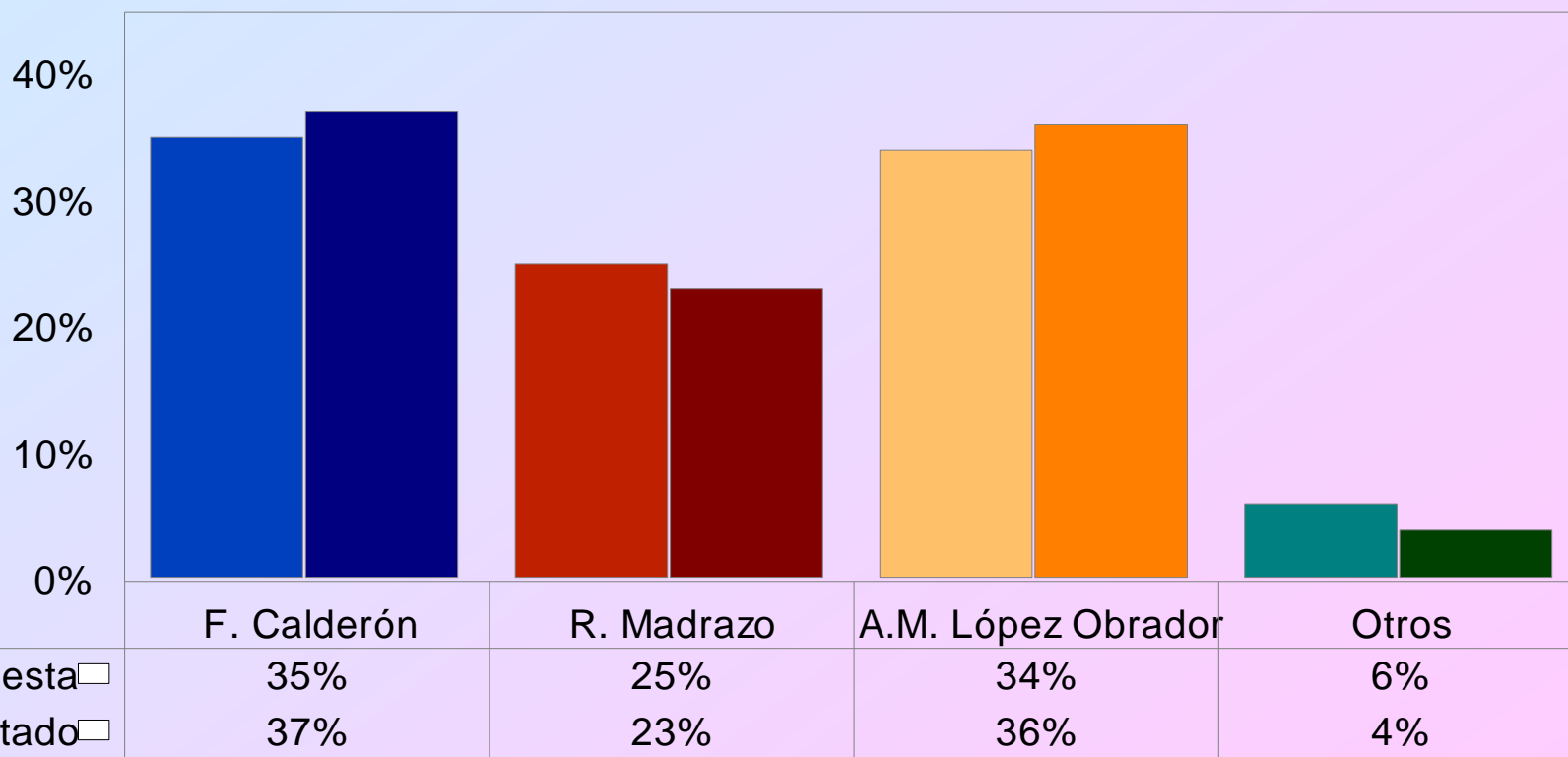




Investigaciones
Sociales Aplicadas

EXPECTATIVA DE RESULTADO

Expectativa de resultado de los entrevistados en la encuesta de salida GEA-ISA y resultado actual de la elección para Presidente de la República de 2006

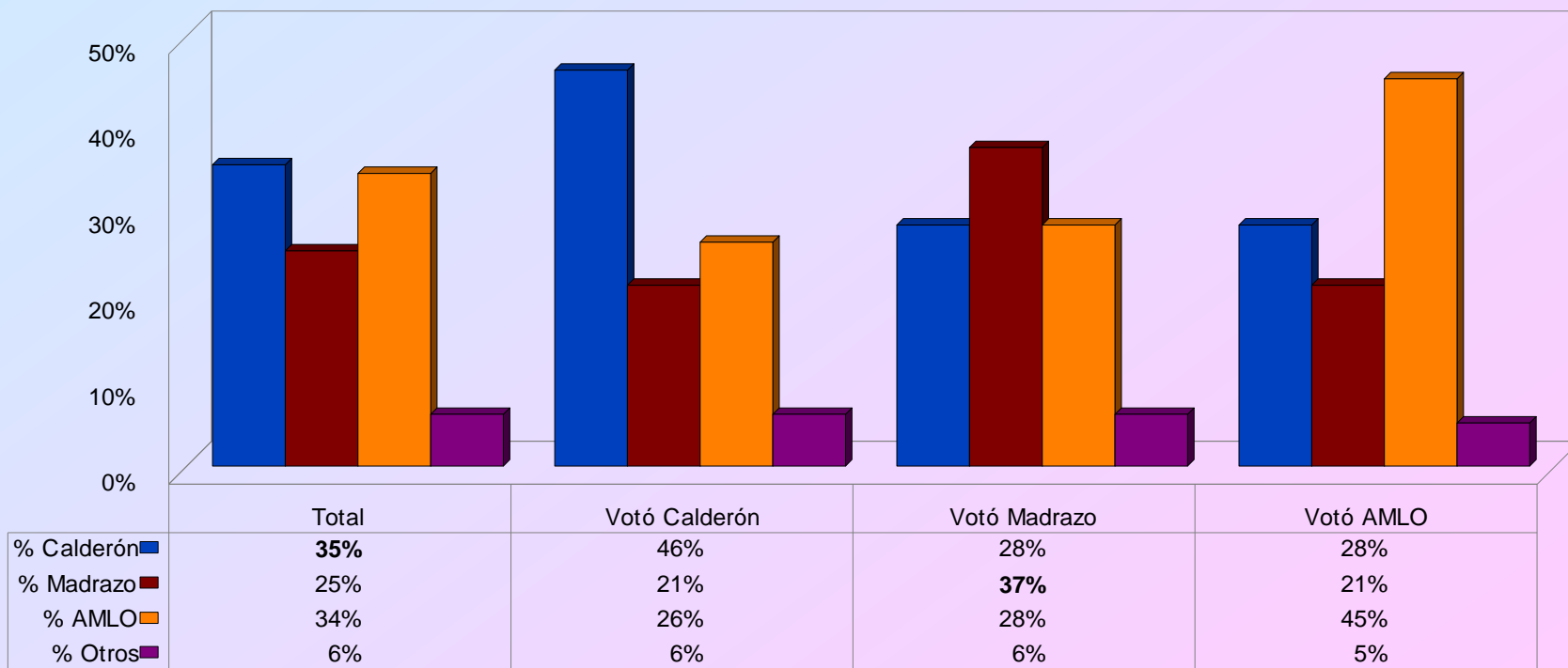




Investigaciones
Sociales Aplicadas

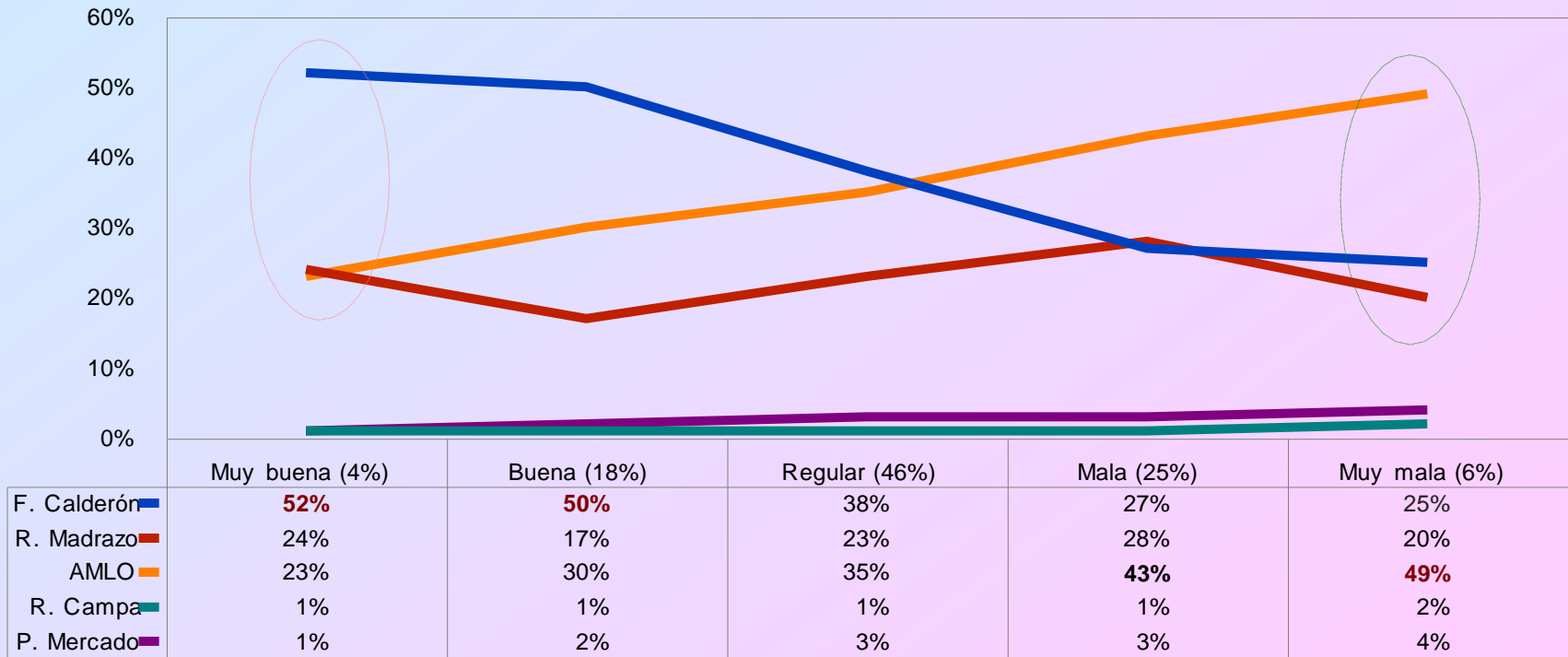
EXPECTATIVA DE RESULTADO

Encuesta de salida GEA-ISA Elección para Presidente de la República 2006 Estimación del resultado de la elección según voto



OPINIÓN SOBRE ECONOMÍA Y VOTO

Encuesta de salida GEA-ISA
 Elección para Presidente de la República 2006
 Voto según opinión sobre la situación económica actual del país





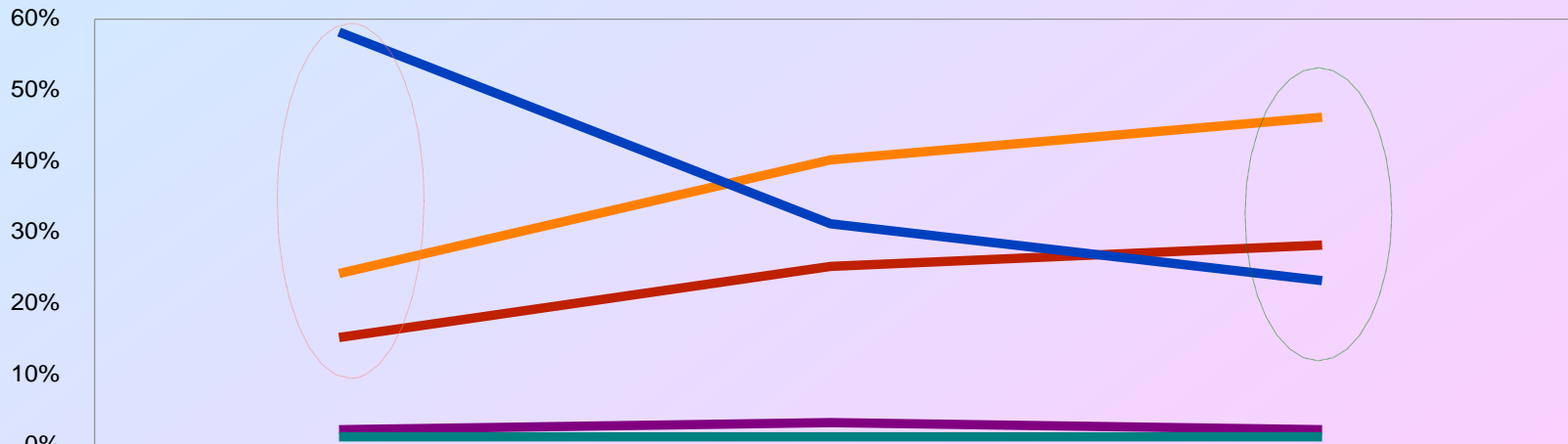
Investigaciones
Sociales Aplicadas

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y VOTO

Encuesta de salida GEA-ISA

Elección para Presidente de la República 2006

Voto según opinión sobre el cambio en la situación económica del país en los últimos seis años



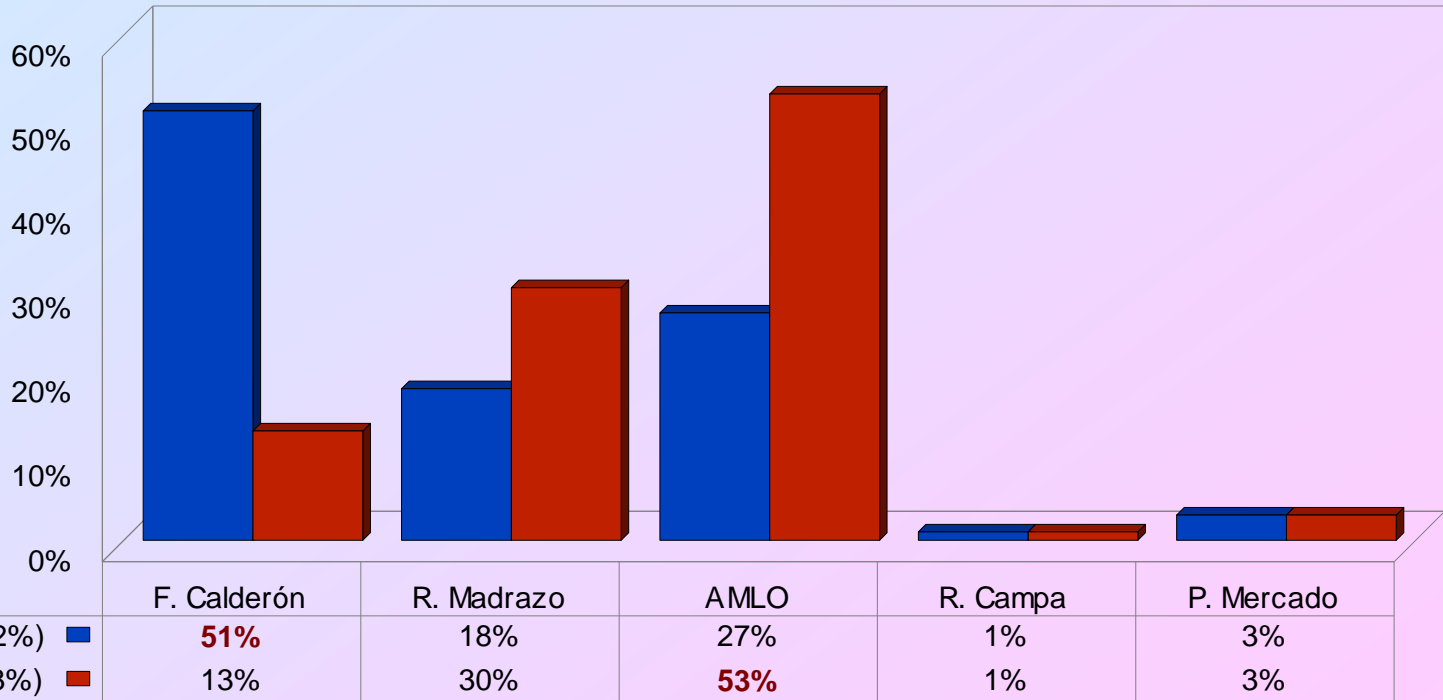
	Mejor (27%)	Igual (44%)	Peor (23%)
F. Calderón	58%	31%	23%
R. Madrazo	15%	25%	28%
AMLO	24%	40%	46%
R. Campa	1%	1%	1%
P. Mercado	2%	3%	2%



Investigaciones
Sociales Aplicadas

APROBACIÓN PRESIDENCIAL Y VOTO

Encuesta de salida GEA-ISA
Elección para Presidente de la República 2006
Voto según aprobación de la labor del Presidente Fox





Investigaciones
Sociales Aplicadas

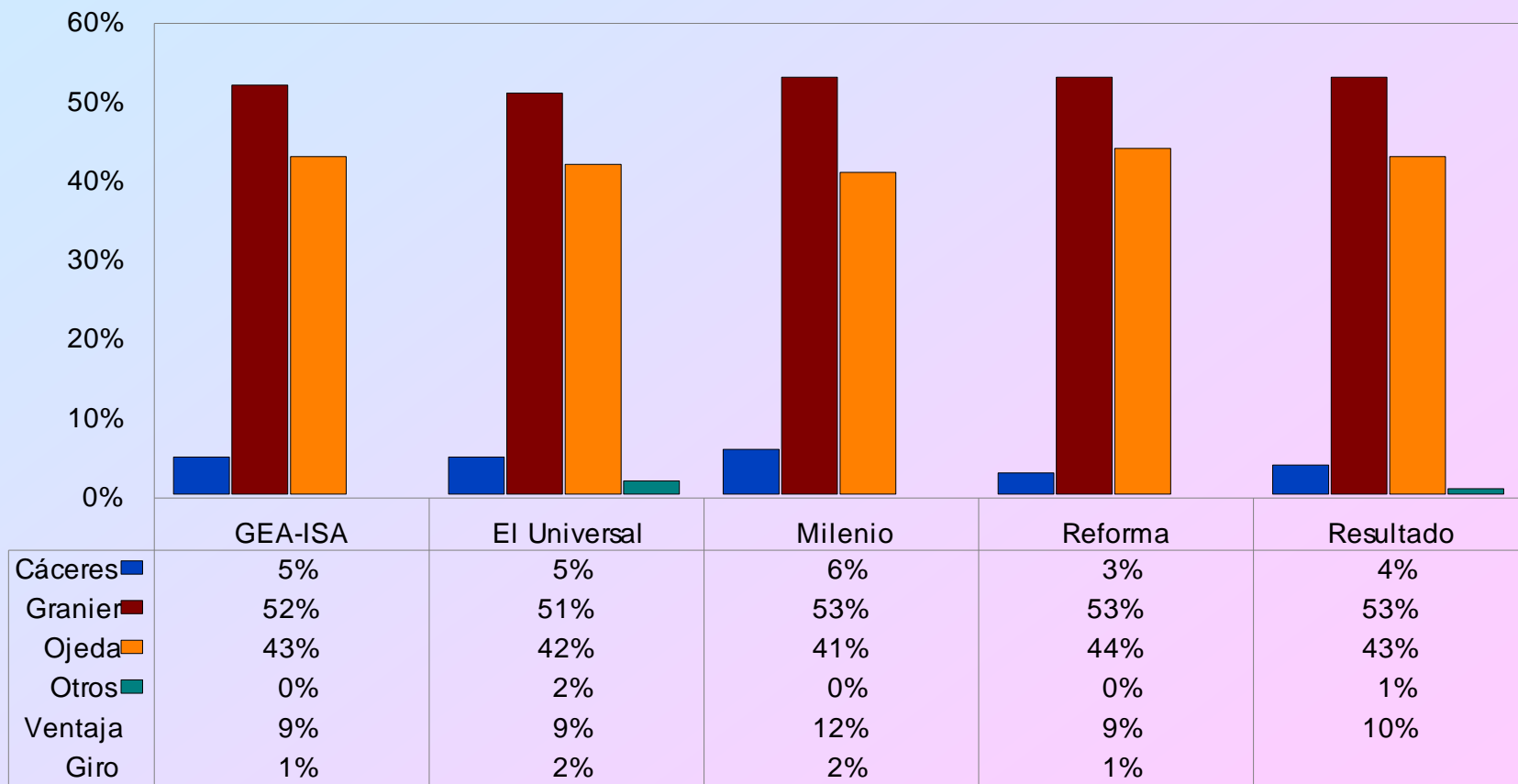
SEGUNDO CASO: LA ELECCIÓN DE TABASCO 2006



Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES PUBLICADAS

Resultados de encuestas finales en Tabasco, 2006

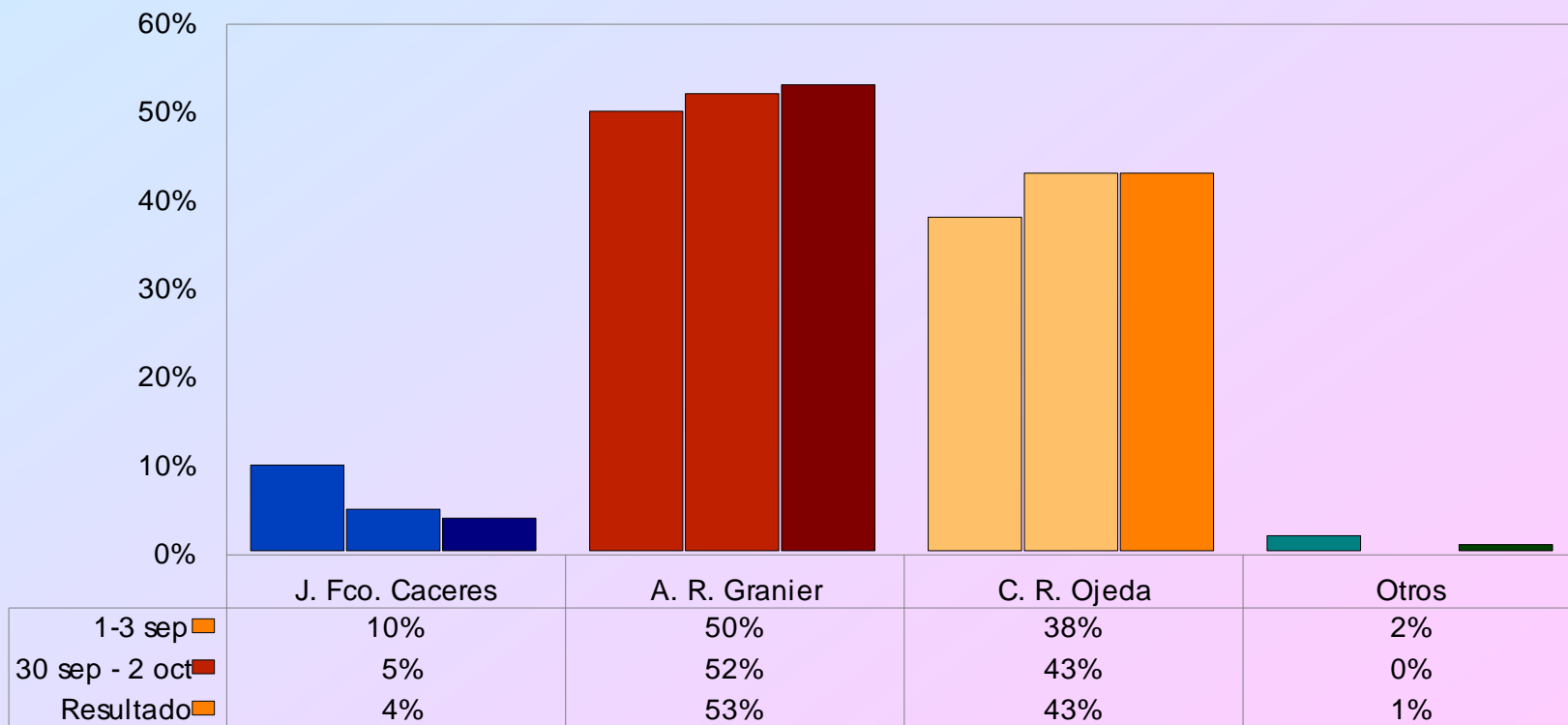




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES PUBLICADAS

Si en este momento se celebraran las elecciones para Gobernador del Estado de Tabasco, ¿por cuál candidato votaría usted?
(entrevistados que definieron su intención de voto)

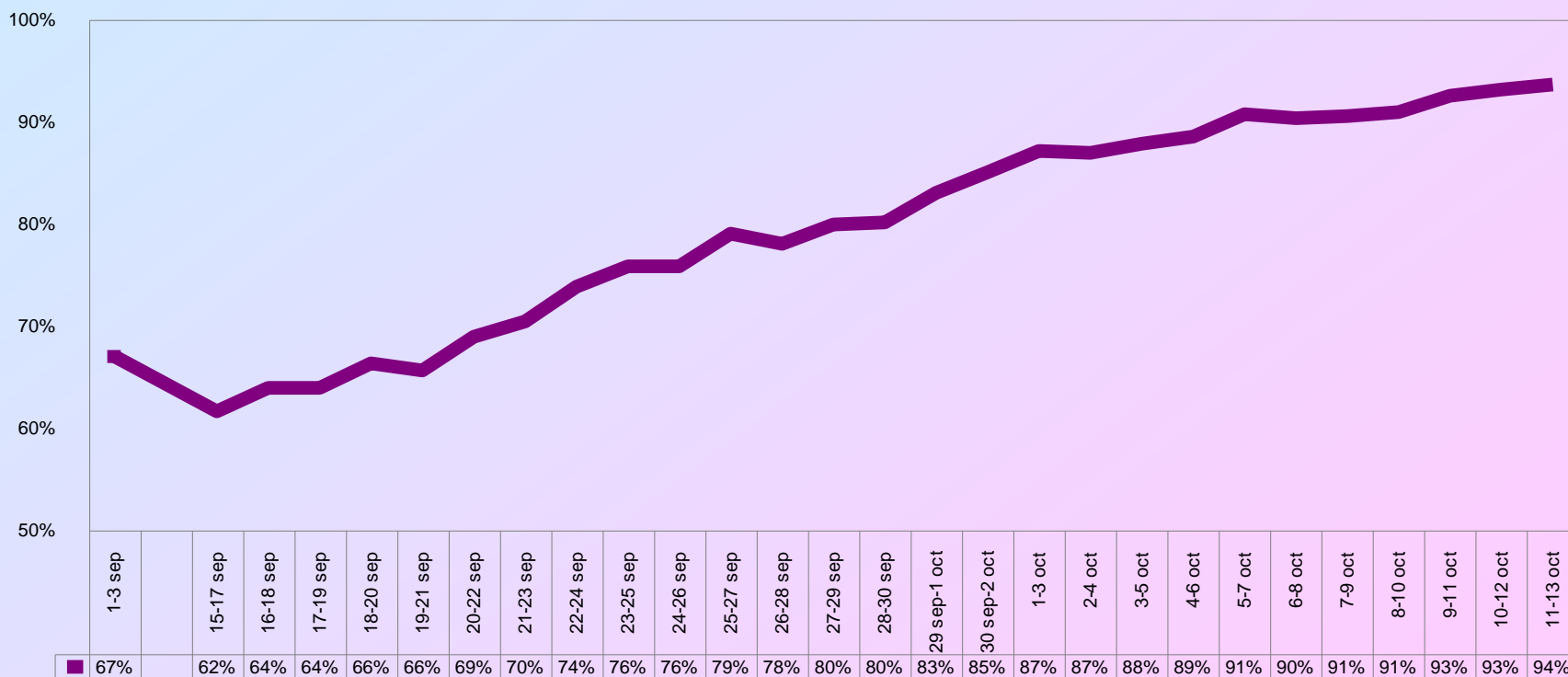




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Sabe usted cuándo se realizarán las próximas elecciones para Gobernador del Estado de Tabasco?
(porcentaje de entrevistados que supo la fecha exacta)

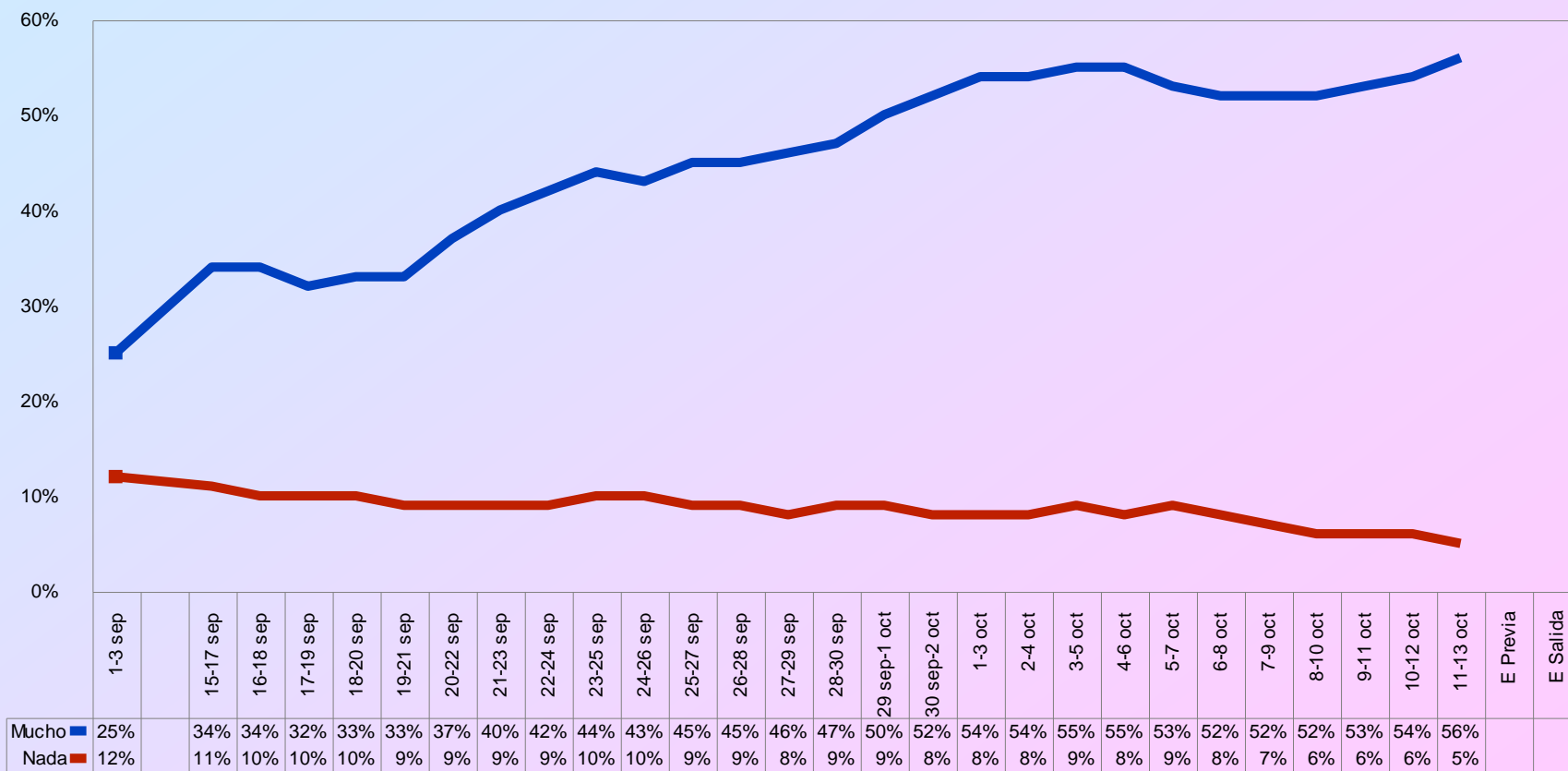




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Qué tanto interés tuvo usted por informarse del desarrollo de las campañas para Gobernador del Estado?

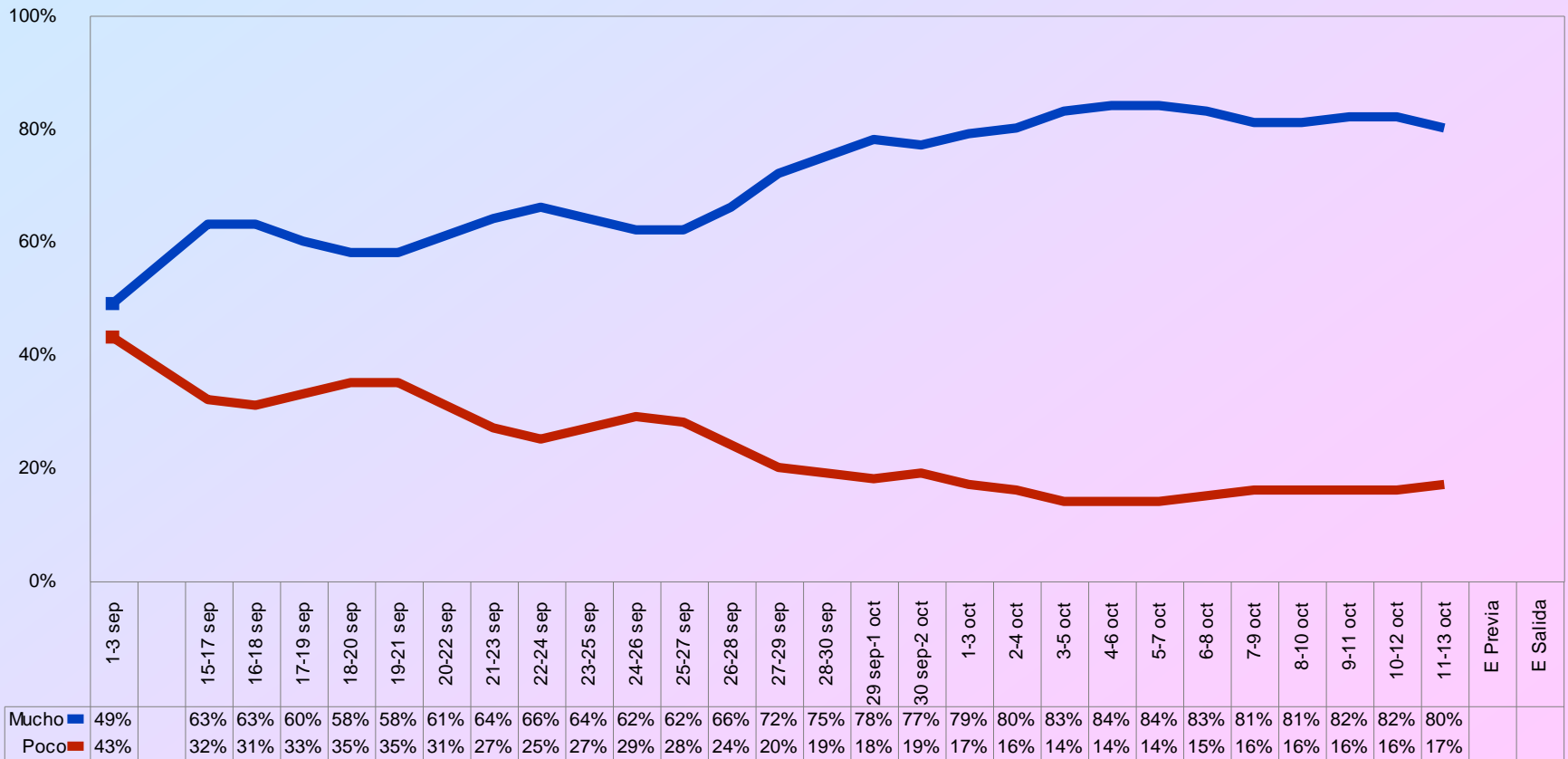




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Qué tan competitiva cree usted que será la próxima elección para Gobernador de este Estado?

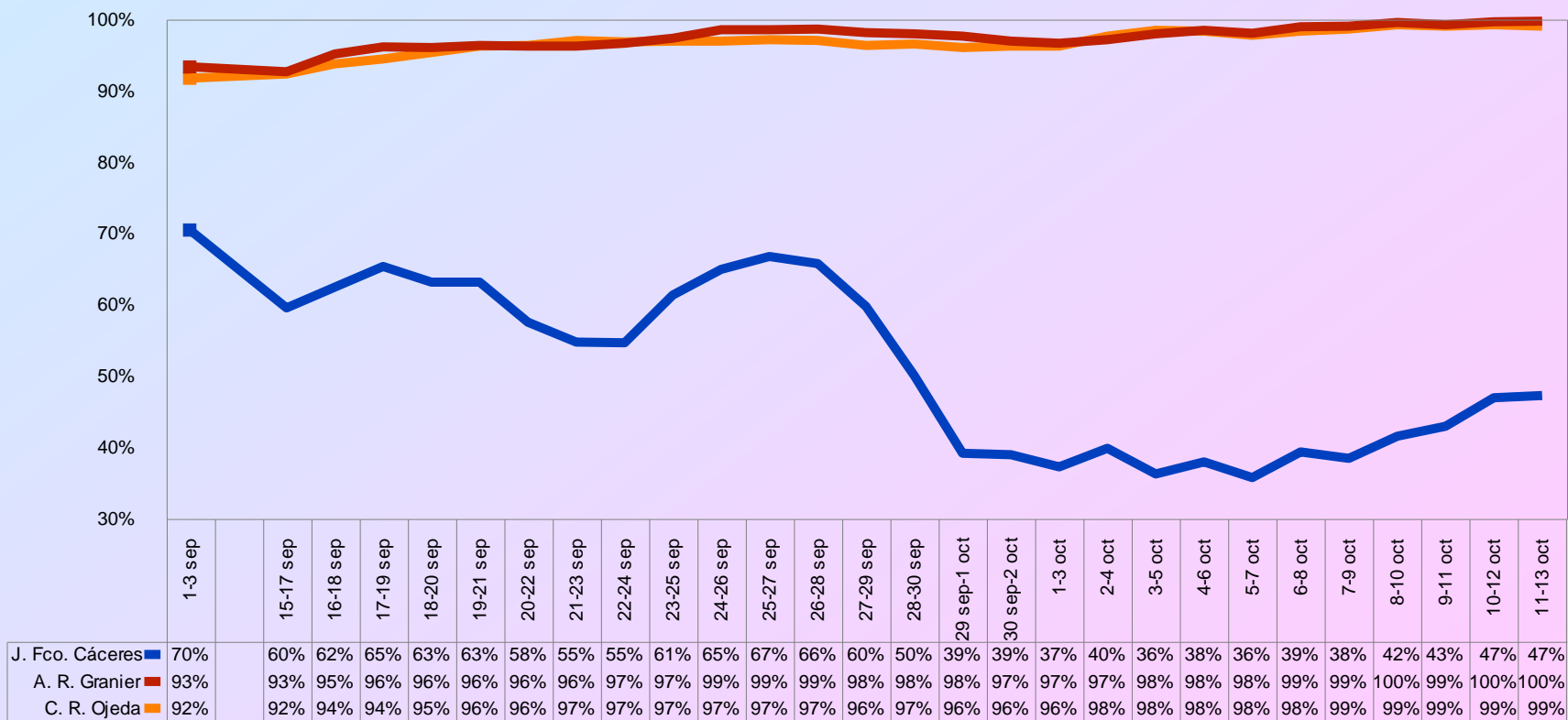




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Ha oído o no hablar de...?
(nivel de conocimiento reportado)

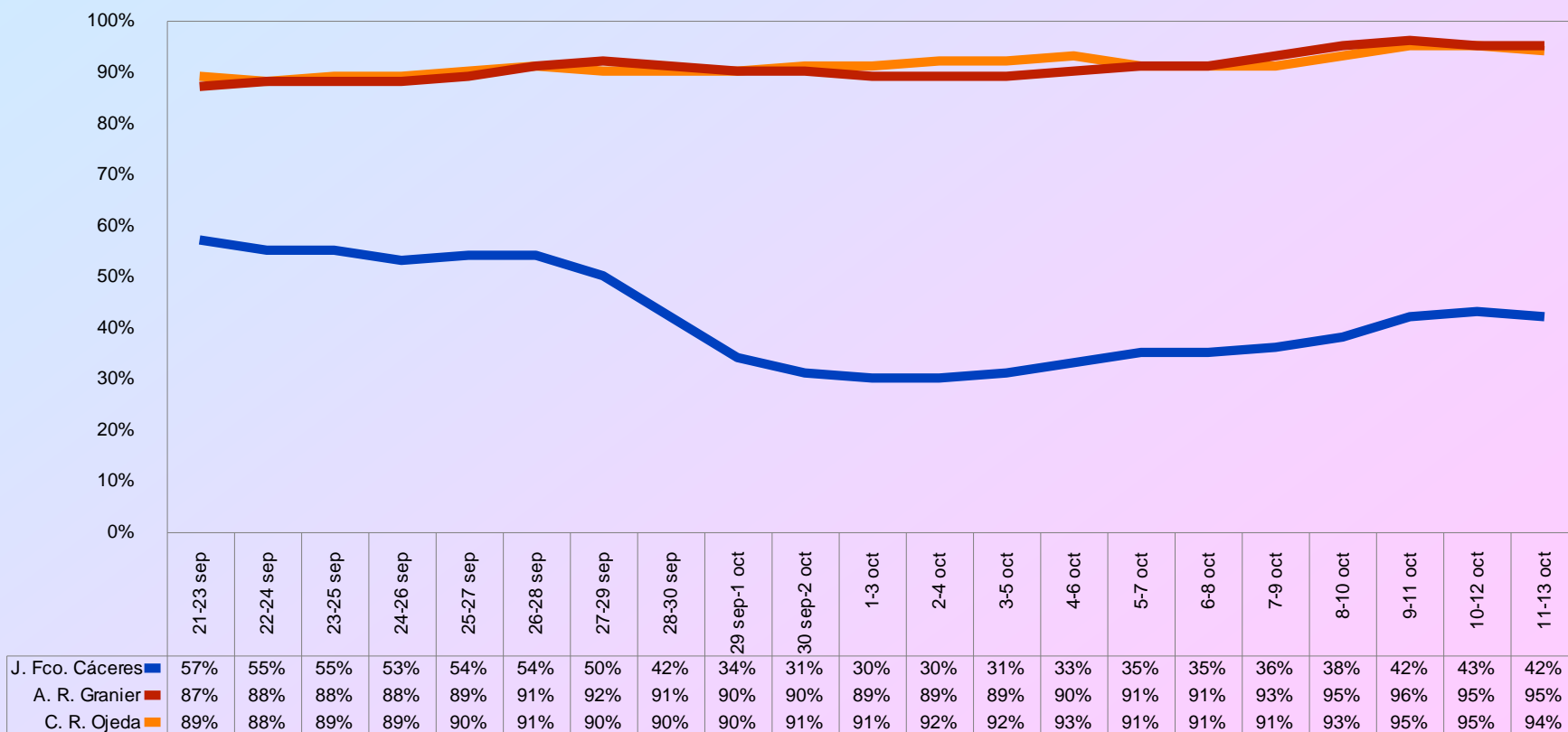




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

Durante estas campañas, ¿vió o escuchó anuncios para promover al candidato...?

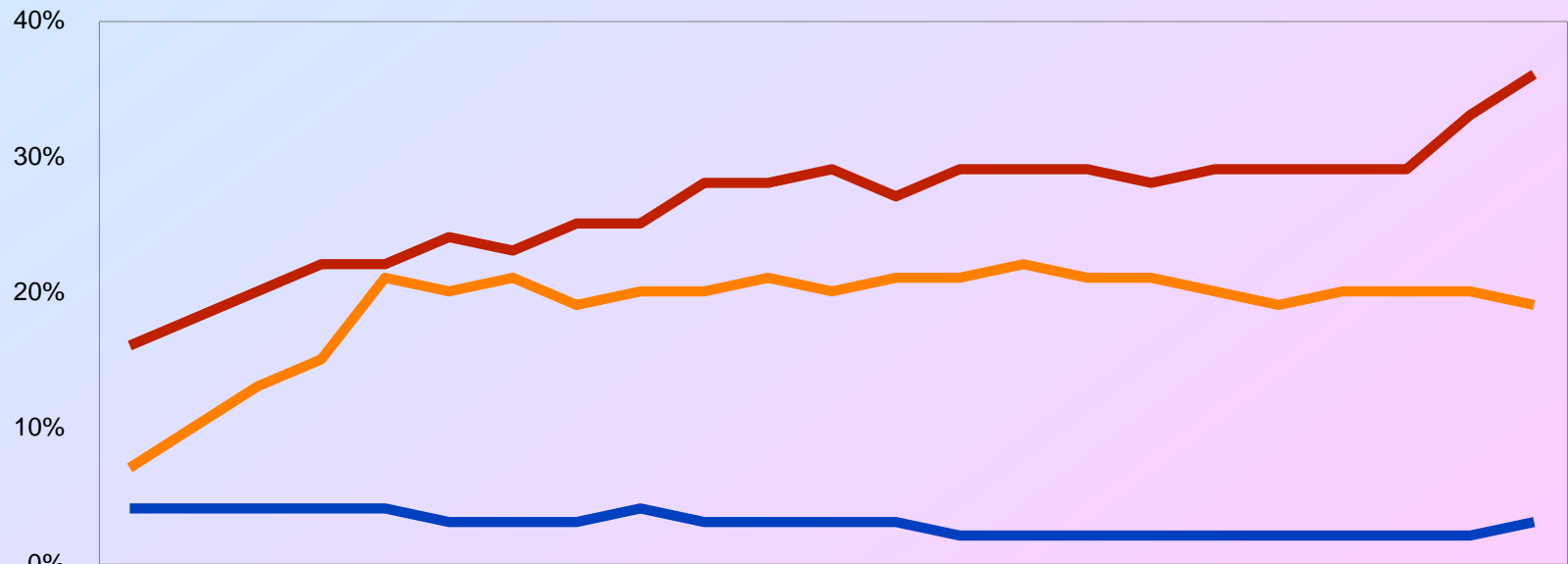




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

Durante estas campañas, ¿recibió usted o su familia la visita del representante de algún partido político o candidato?



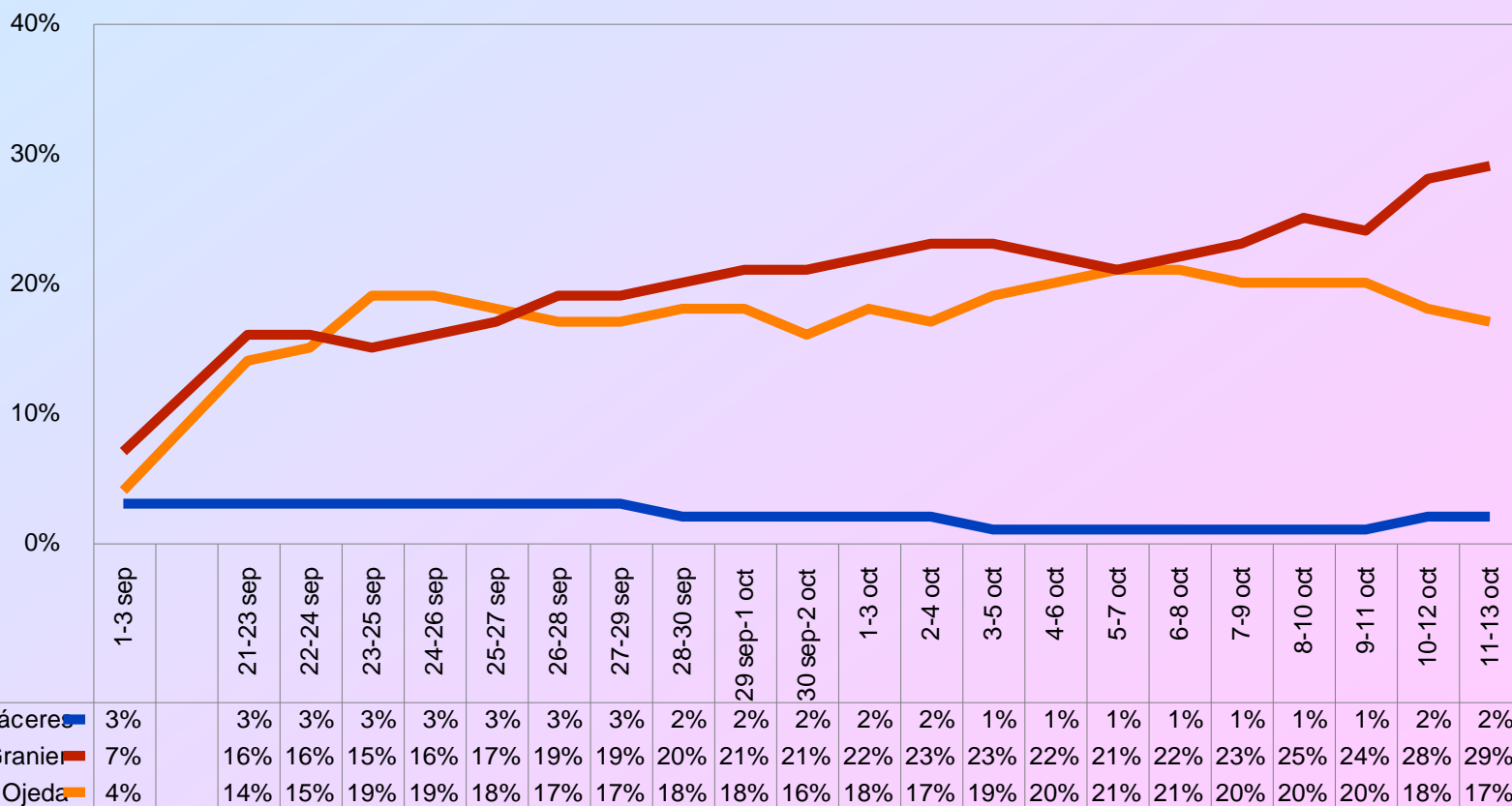
	1-3 sep		21-23 sep	22-24 sep	23-25 sep	24-26 sep	25-27 sep	26-28 sep	27-29 sep	28-30 sep	29 sep-1 oct	30 sep-2 oct	1-3 oct	2-4 oct	3-5 oct	4-6 oct	5-7 oct	6-8 oct	7-9 oct	8-10 oct	9-11 oct	10-12 oct	11-13 oct
J. Fco. Cáceres	4%		4%	4%	4%	3%	3%	3%	4%	3%	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%
A. R. Granie	16%		20%	22%	22%	24%	23%	25%	25%	28%	28%	29%	27%	29%	29%	29%	28%	29%	29%	29%	29%	33%	36%
C. R. Ojeda	7%		13%	15%	21%	20%	21%	19%	20%	20%	21%	20%	21%	21%	22%	21%	21%	20%	19%	20%	20%	20%	19%



Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Y durante esta campaña asistió usted o no a algún mitin, acto de campaña o reunión para apoyar a algún candidato?

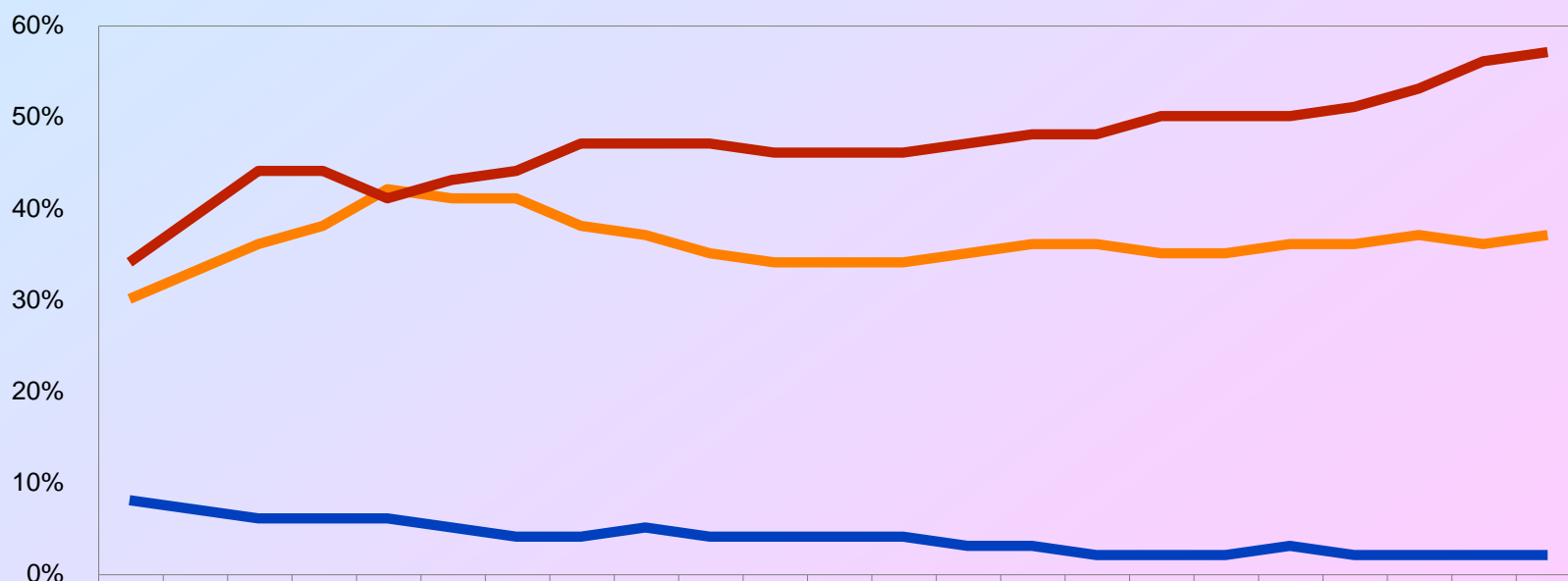




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

De las campañas a Gobernador del Estado,
¿cuál le pareció a usted más atractiva?



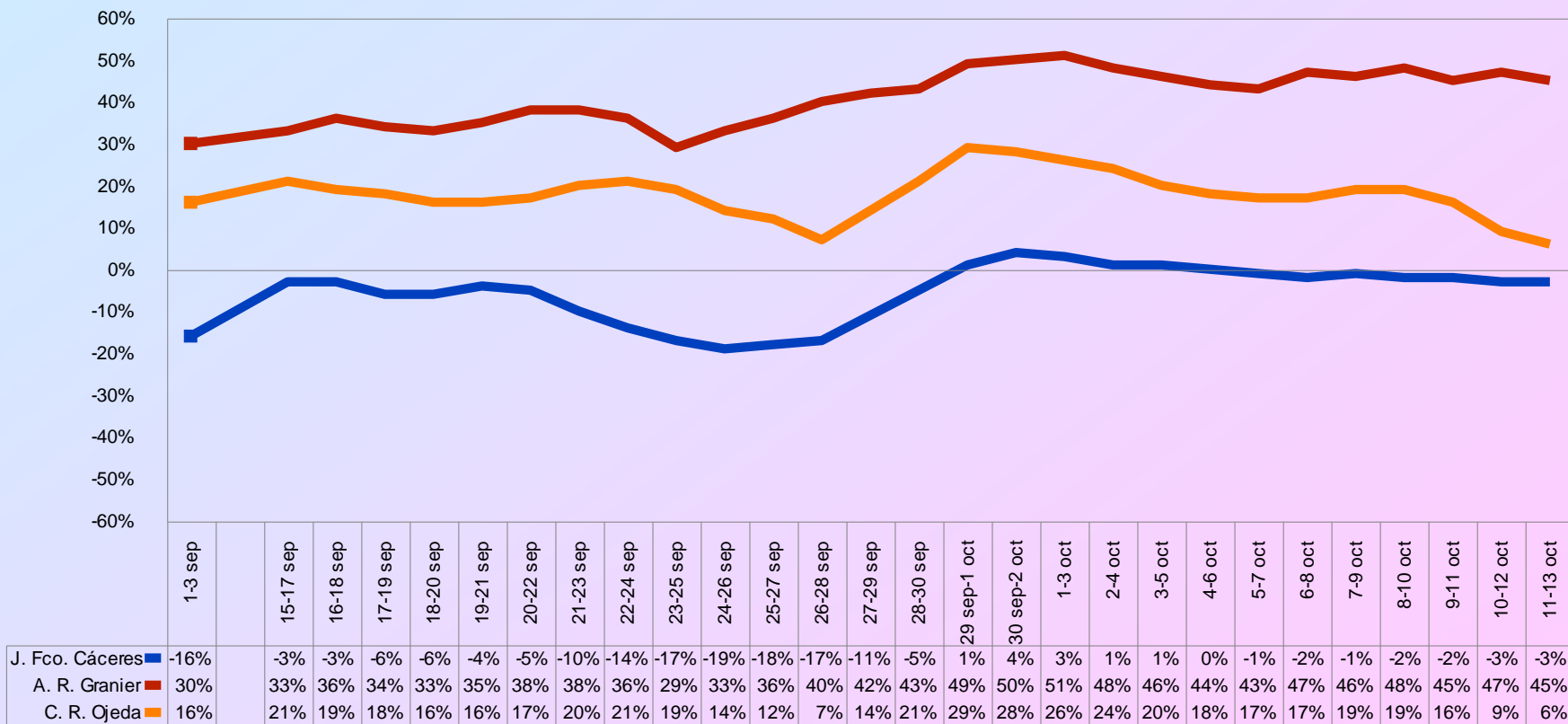
J. Fco. Cáceres	8%	6%	6%	6%	5%	4%	4%	5%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	3%	2%	2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%
A. R. Granier	34%	44%	44%	41%	43%	44%	47%	47%	47%	46%	46%	46%	47%	48%	48%	50%	50%	50%	51%	53%	56%	57%	
C. R. Ojeda	30%	36%	38%	42%	41%	41%	38%	37%	35%	34%	34%	34%	35%	36%	36%	35%	35%	36%	36%	37%	36%	37%	



Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Ha oído o no hablar de...? ¿Es positiva o negativa la opinión que tiene de...?
(balance de opiniones positivas-negativas)

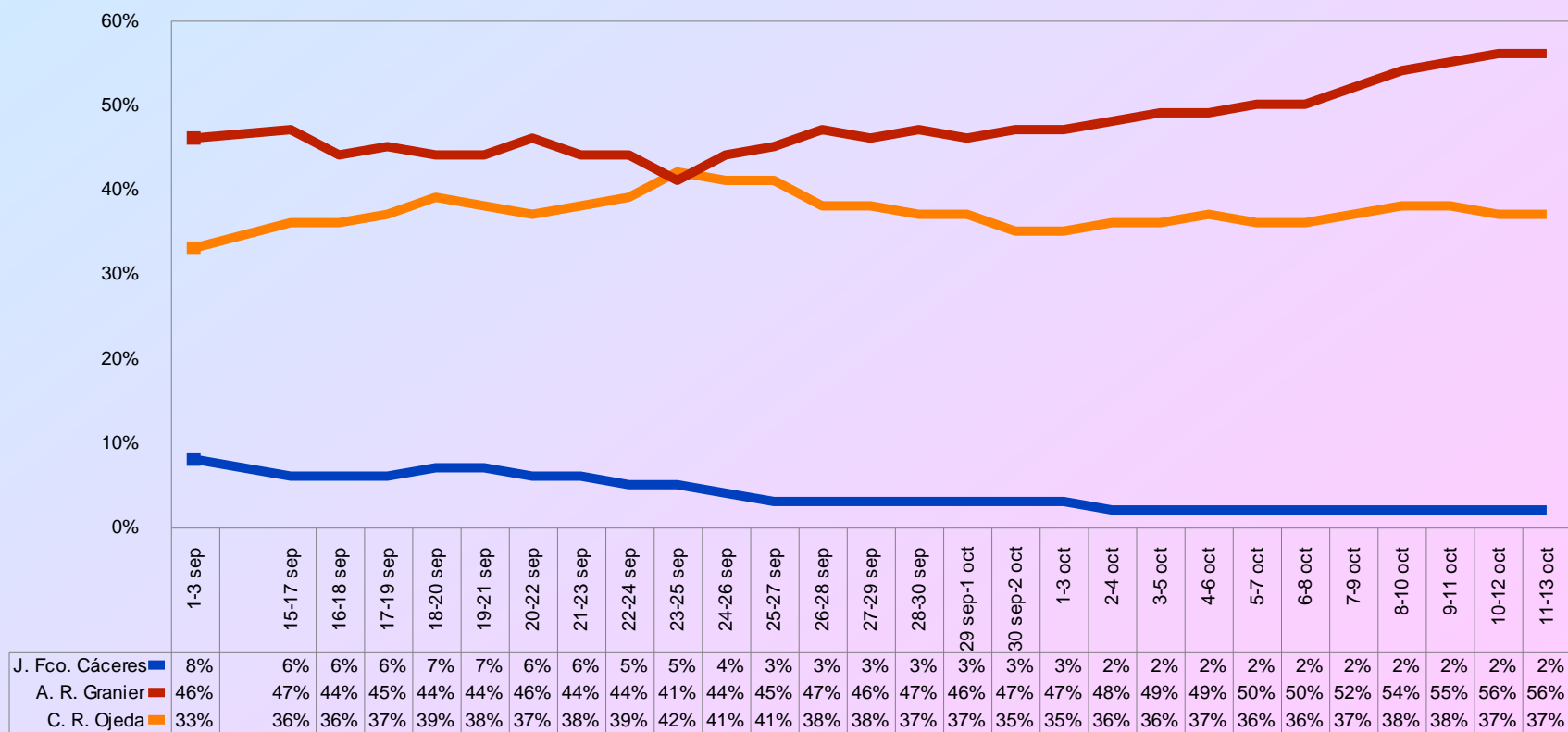




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ELECTORALES EFECTIVAS

¿Cuál de los candidatos cree usted que ganará oficialmente la próxima elección para Gobernador?





Investigaciones
Sociales Aplicadas

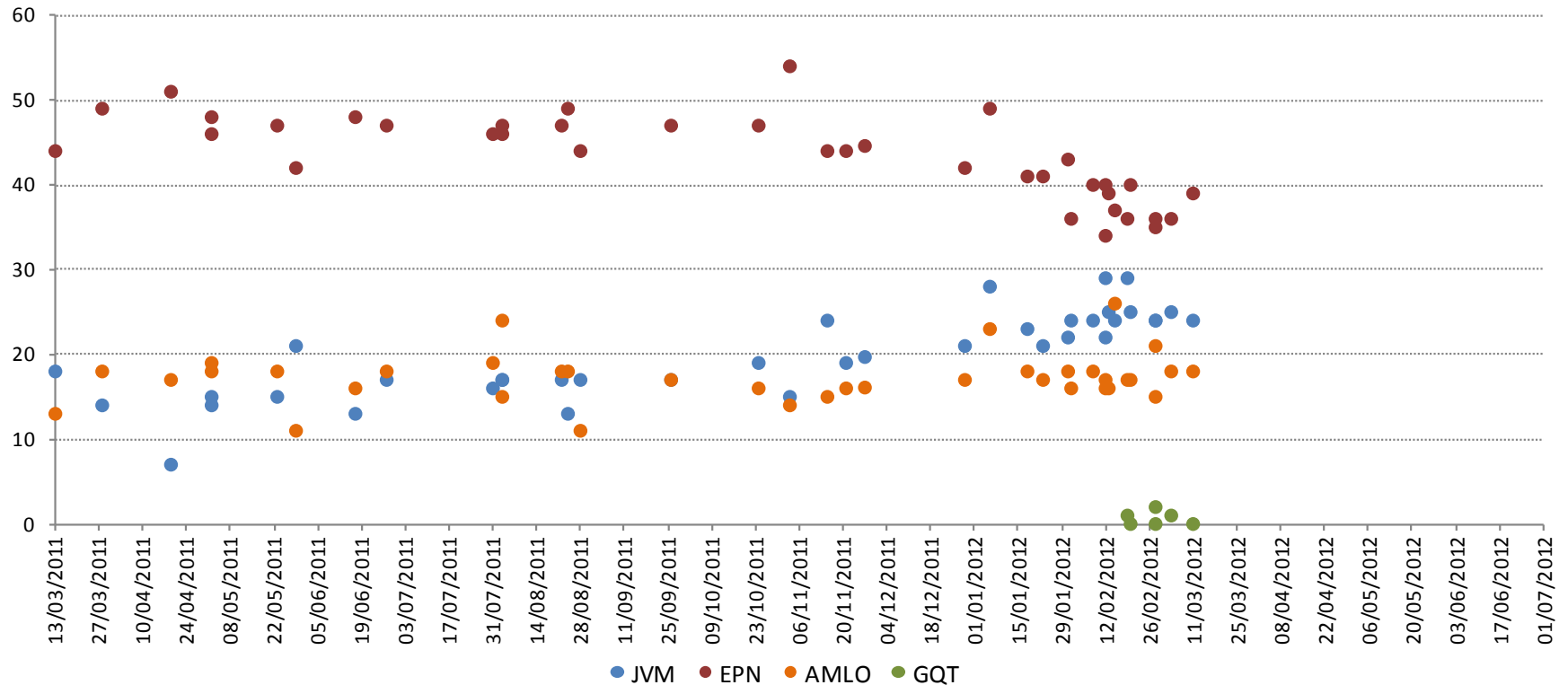
ACTUALIDAD: LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012



Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Encuestas nacionales en vivienda sobre la elección para la Presidencia de la República 2012 (observado)

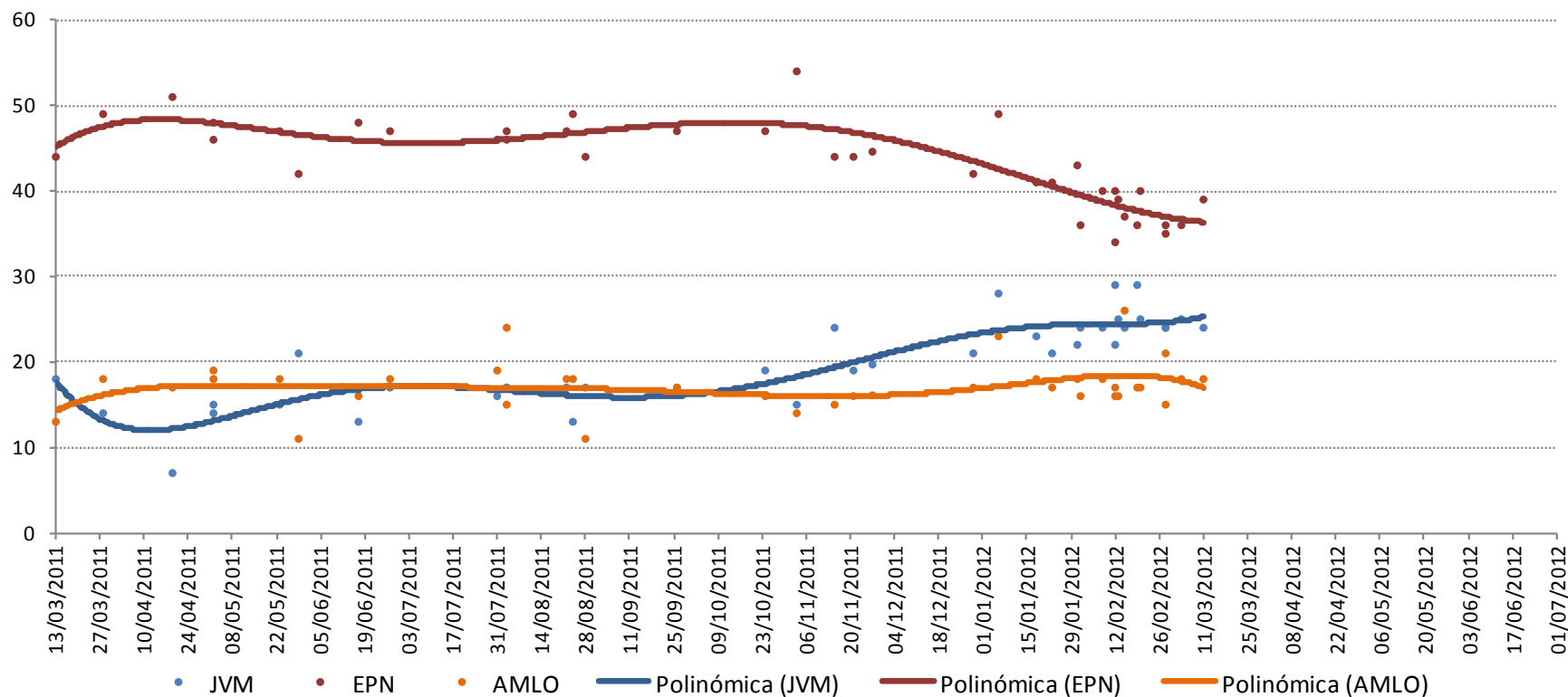




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Encuestas nacionales en vivienda sobre la elección para la Presidencia de la República 2012 (observado)

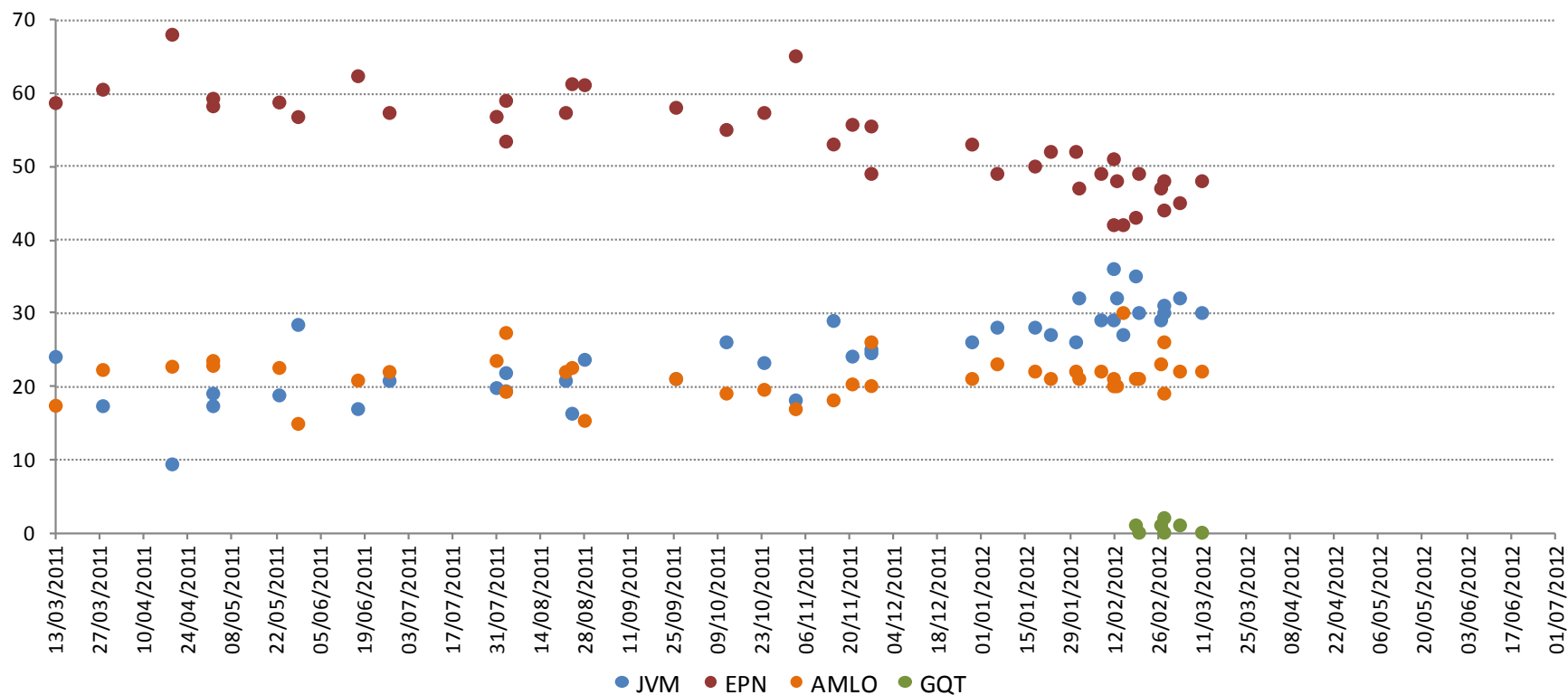




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Encuestas nacionales en vivienda sobre la elección para la Presidencia de la República 2012 (definidos)

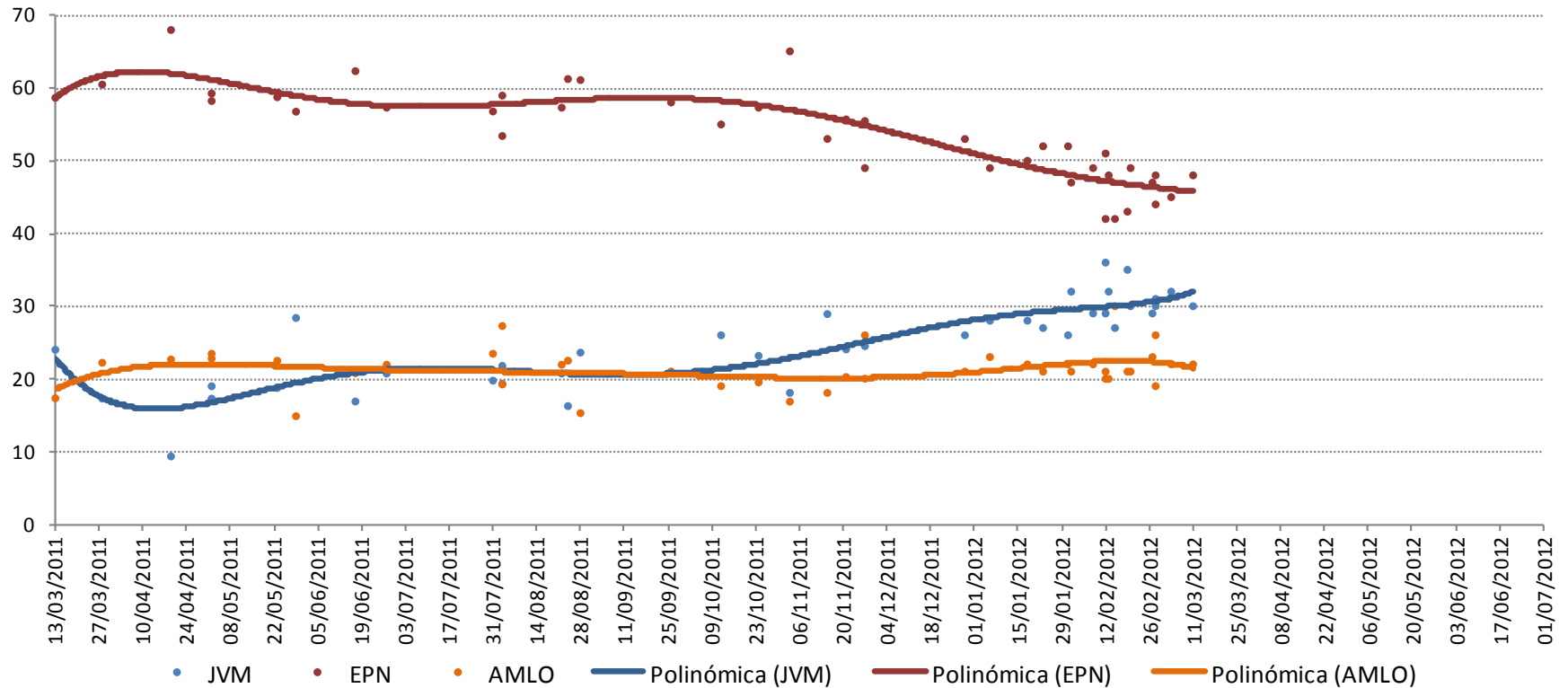




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Encuestas nacionales en vivienda sobre la elección para la Presidencia de la República 2012 (definidos)

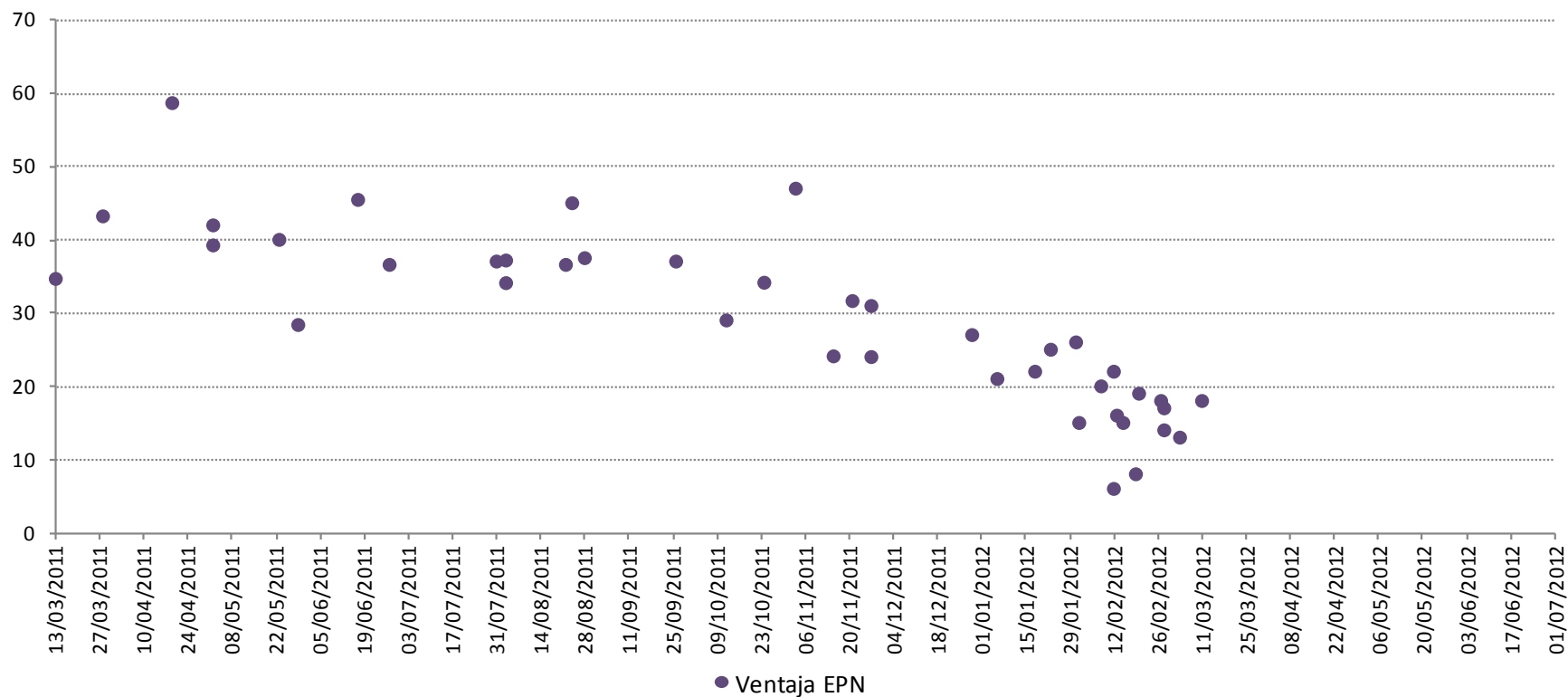




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Encuestas nacionales en vivienda sobre la elección para la Presidencia de la República 2012 (distancia)

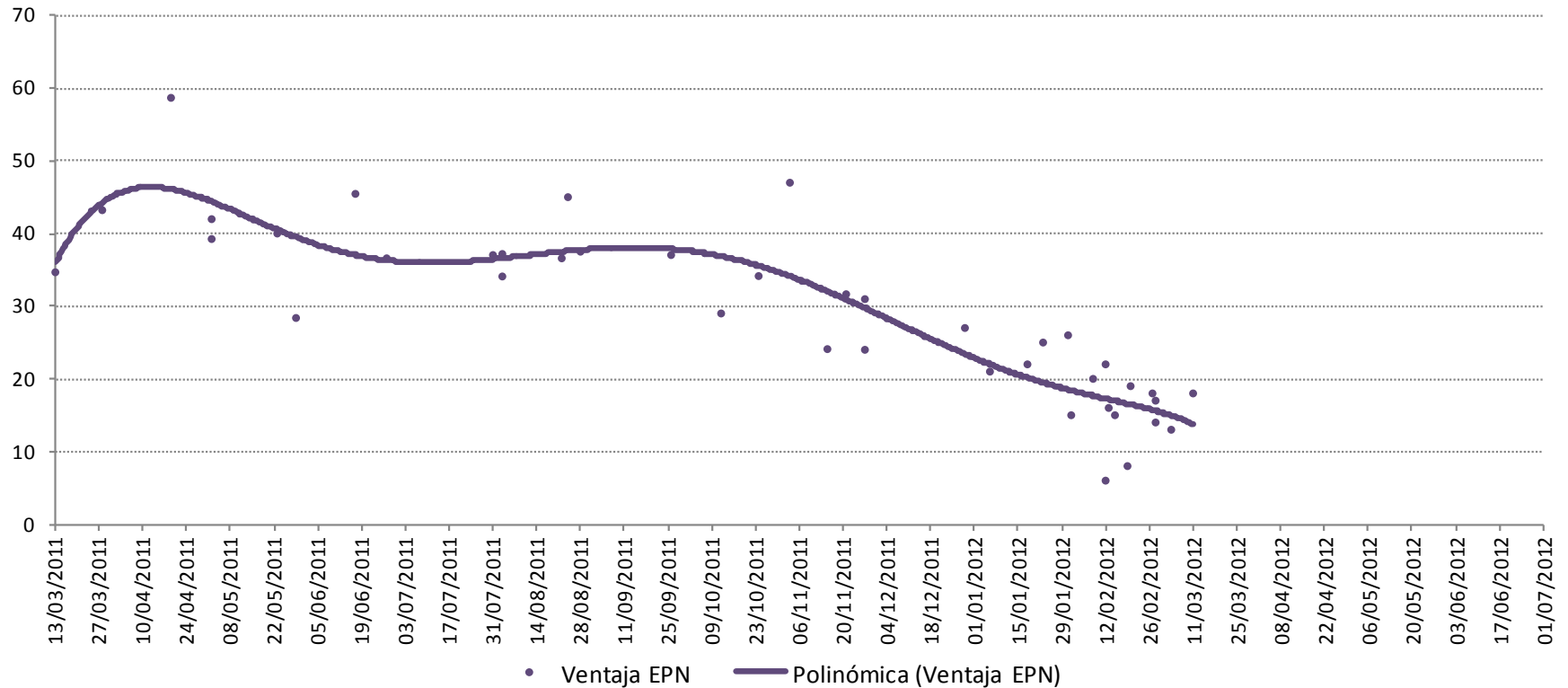




Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

Encuestas nacionales en vivienda sobre la elección para la Presidencia de la República 2012 (distancia)





Investigaciones
Sociales Aplicadas

PREFERENCIAS ESTIMADAS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012

ENCUESTADORA	Fecha de las encuestas			Diferencia EPN - JVM			Diferencia JVM - AMLO		
	Anterior	Reciente	Días	Antes	Ahora	Cambio	Antes	Ahora	Cambio
GEA-ISA	21/11/2011	19/02/2012	90	32	8	-24	4	14	10
Consulta	27/11/2011	20/02/2012	85	31	19	-12	5	9	4
IPSOS-Bimsa	03/11/2011	28/02/2012	117	47	14	-33	1	4	3
Parametría	30/09/2011	28/02/2012	151	34	17	-17	-8	12	20
El Universal	15/11/2011	13/02/2012	90	24	16	-8	11	12	1
Excélsior	12/10/2011	27/02/2012	138	29	18	-11	7	6	-1
PROMEDIO			112	33	15	-18	3	10	6