

Consultores y Marketing Político, S.C.



CUESTAS

NACIONAL III

Junio 2006



Consultores y Marketing Político, S.C.

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS © MÉXICO 2006

Un equipo interdisciplinario con estrategias precisas y efectivas para ganar en la arena electoral

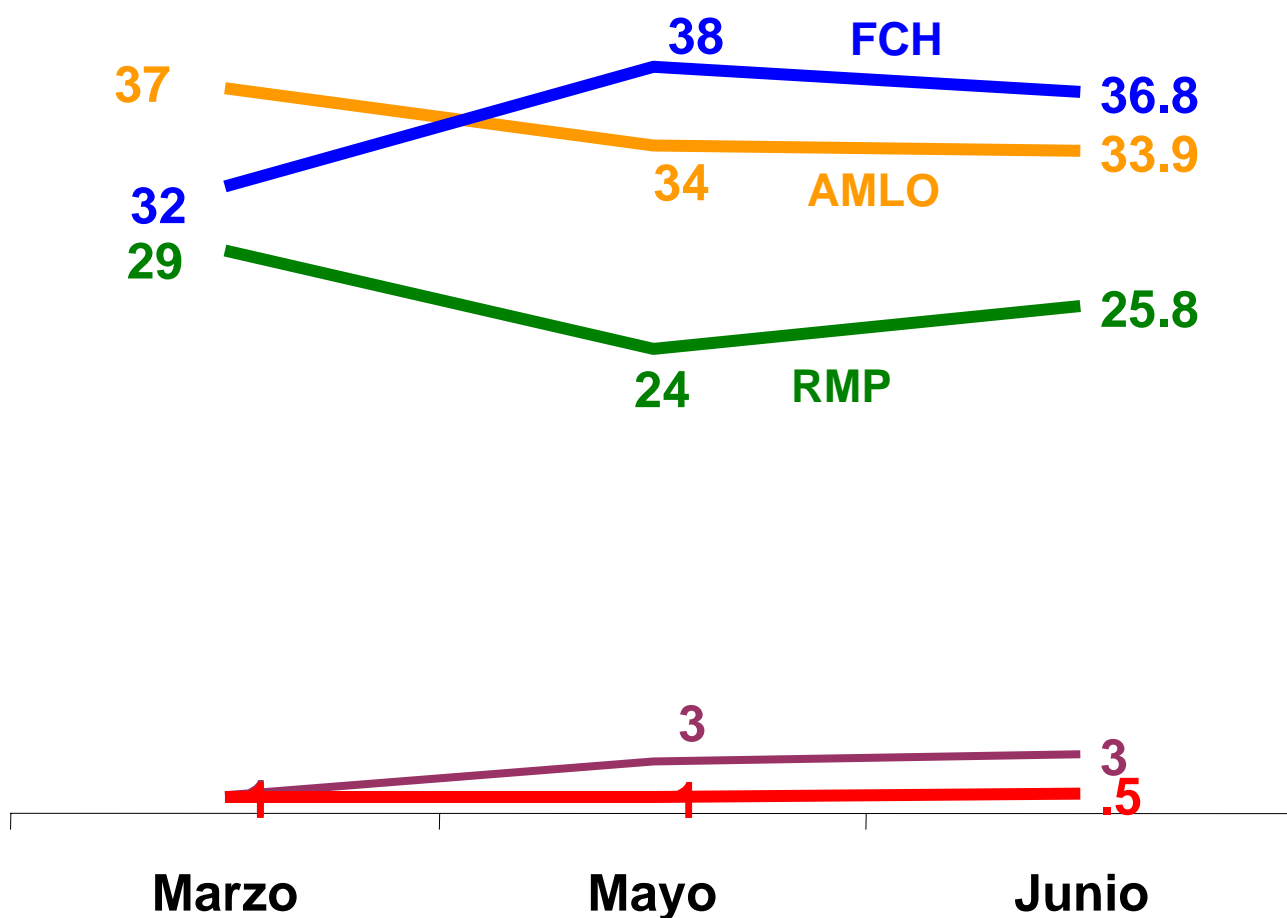
Av. Picacho **Ajusco** No. 130 int. 502-A
Col. Jardines de la Montaña, Tlalpan.
c.p. 14210 **México**, D.F.
Tel. 5631•3796 Fax. 5631•3687

www.marketingpolitico.com.mx

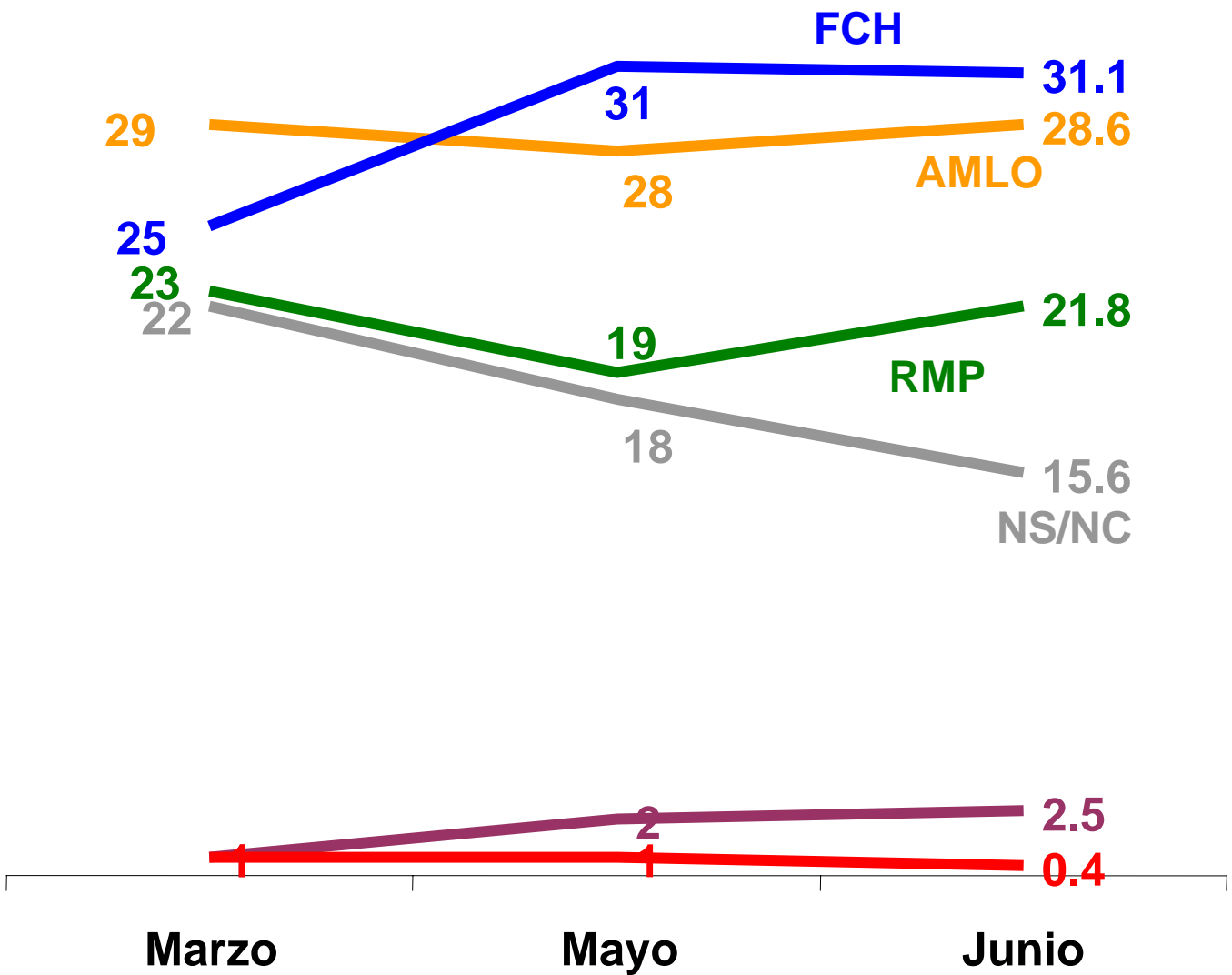
La elección más cerrada y competitiva de nuestra historia se define.

- **Felipe Calderón ganará el 2 de julio con una diferencia de más de 1,400,000 votos.**
- El evento del “cuñado gate” dañó la hasta ahora positiva imagen de Felipe Calderón, pero también afectó a AMLO.
- El PRD mantiene su intención del voto.
- Siguen bajando los indecisos.
- El PRI recuperó lo perdido.
- Madrazo se recupera pero no lo suficiente.
- El IFE cuenta con el nivel de confianza más alto en su historia.
- La participación estimada de electores será entre el 60 y 65%.
- El actor principal del 2 de julio será Roberto Madrazo, si reconoce el triunfo de Calderón, anulando las posibilidades de AMLO. En caso contrario, la elección se resolverá en la calle y en tribunales.

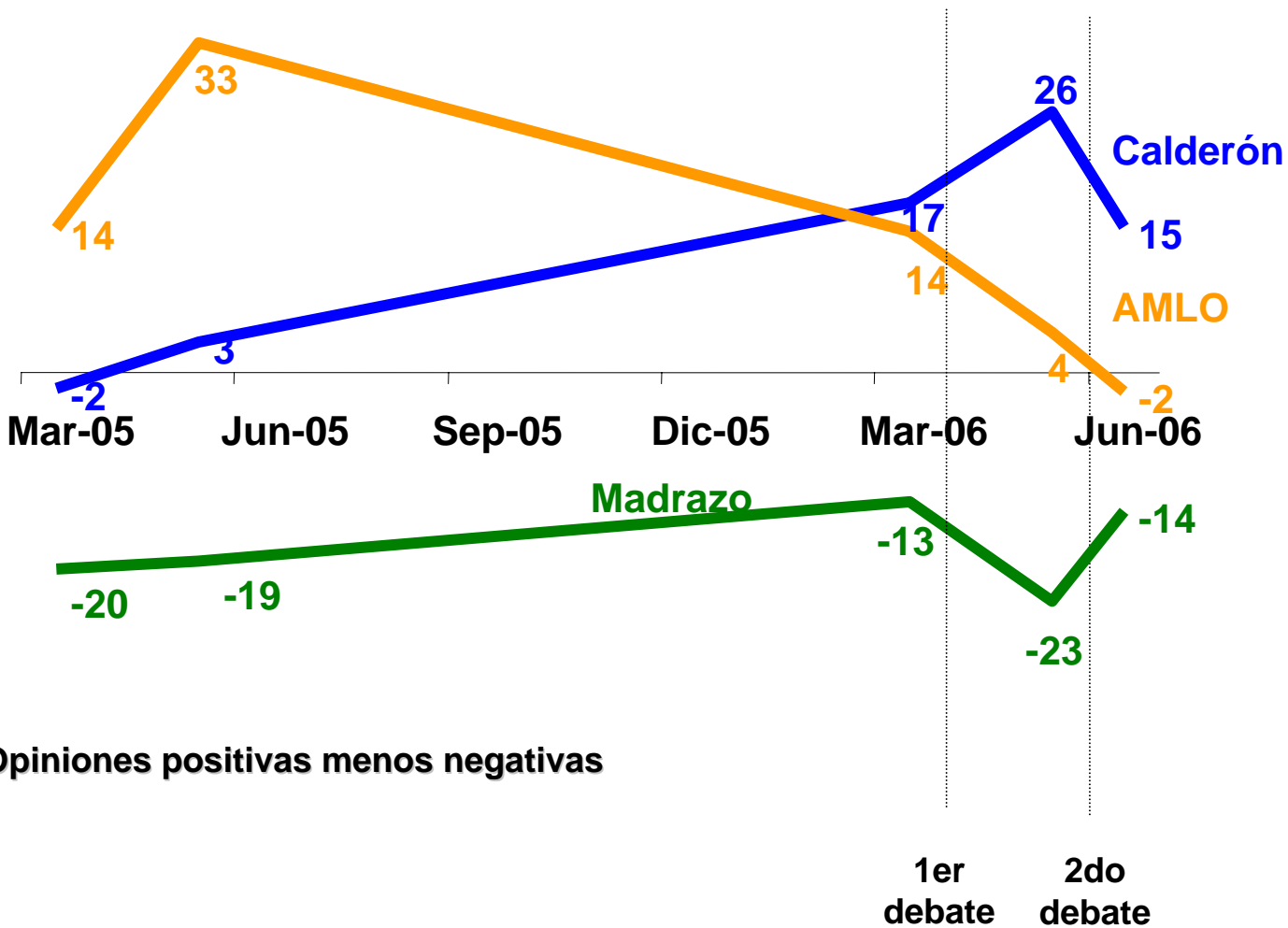
Intención de voto para Presidente de la República (sin indecisos)



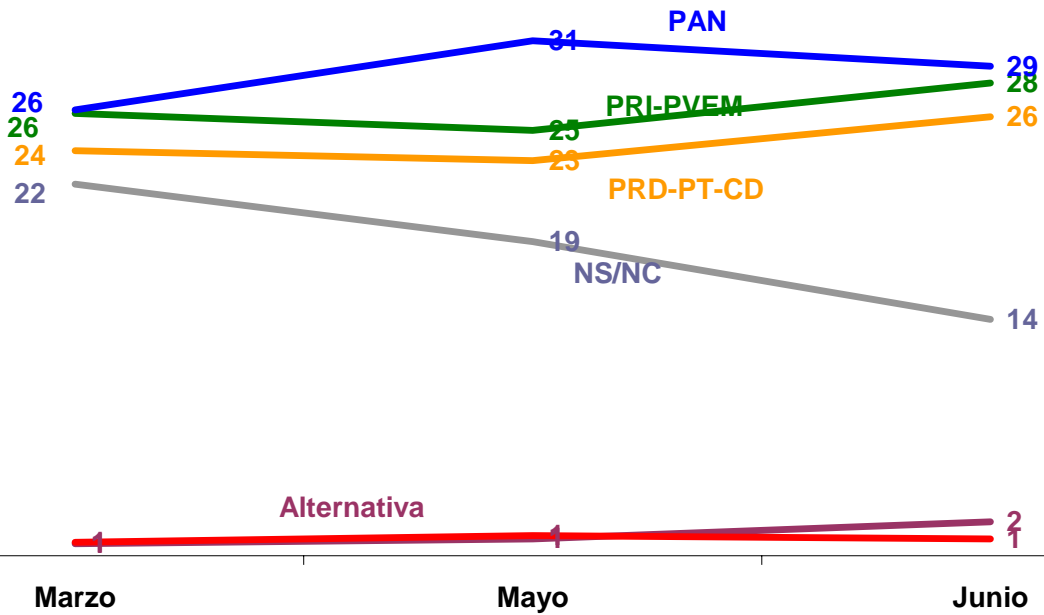
Intención de voto para Presidente de la República



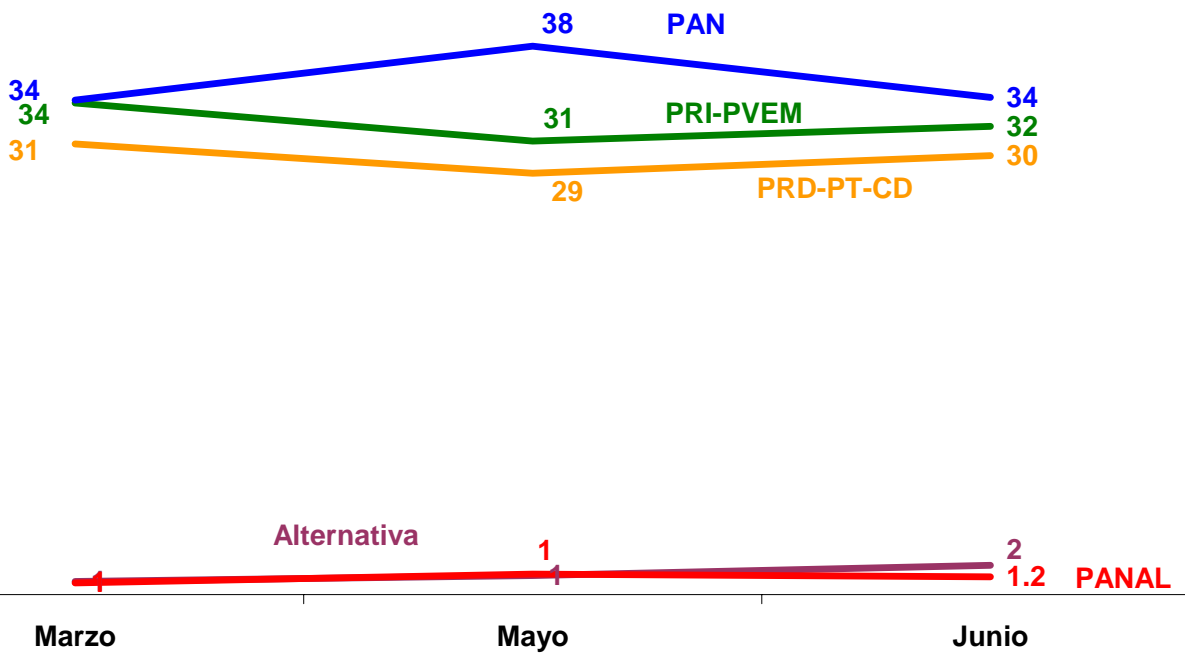
Balance en la imagen de los candidatos



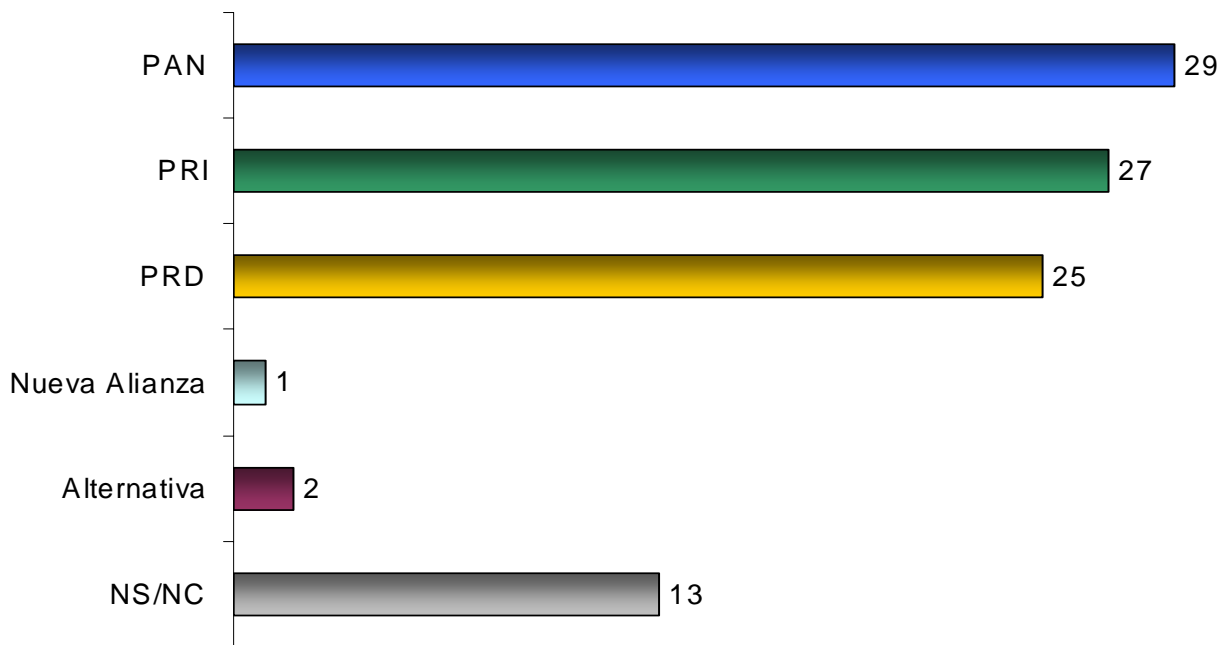
Intención de voto para Diputados Federales



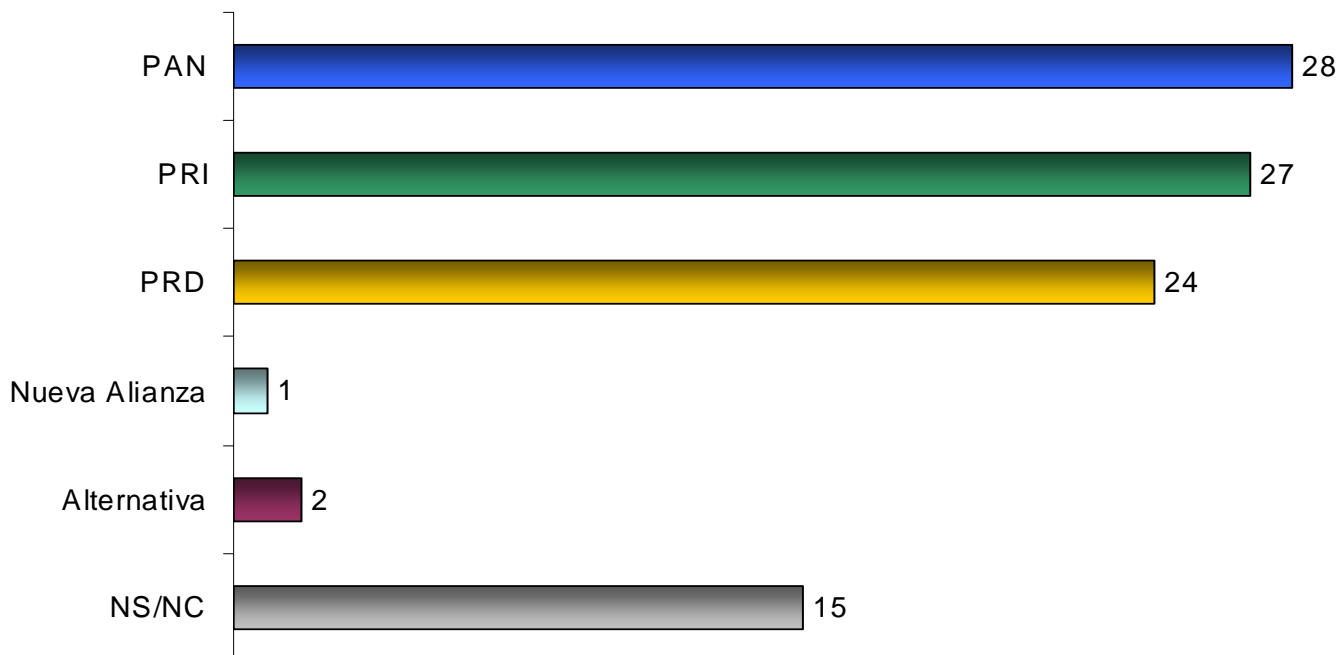
Intención de voto para diputados federales (sin indecisos)



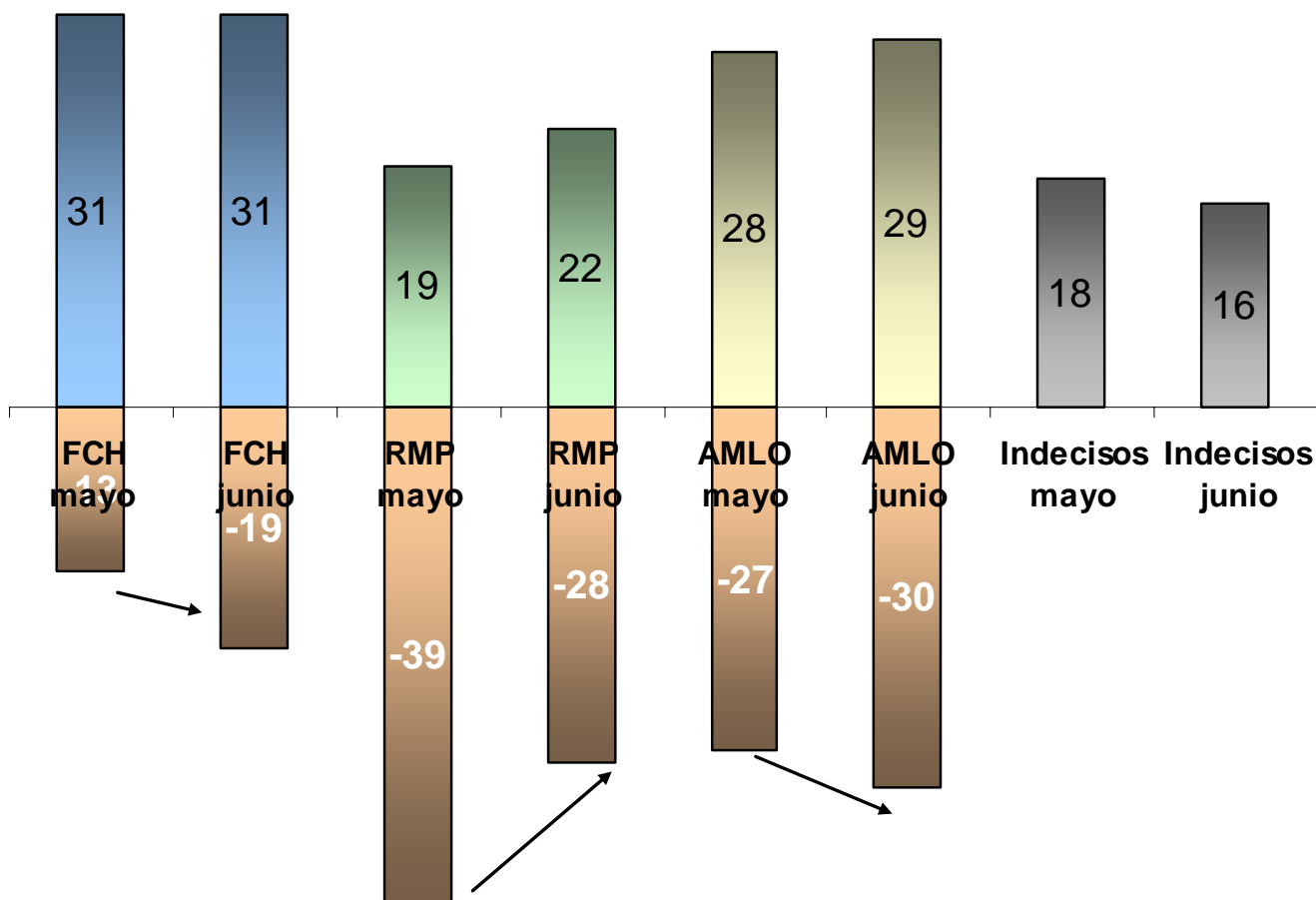
Si hoy hubiera elecciones, ¿Por cuál partido votaría Usted para Diputado Federal?



Si hoy hubiera elecciones, ¿Por cuál partido votaría Usted para Senador?

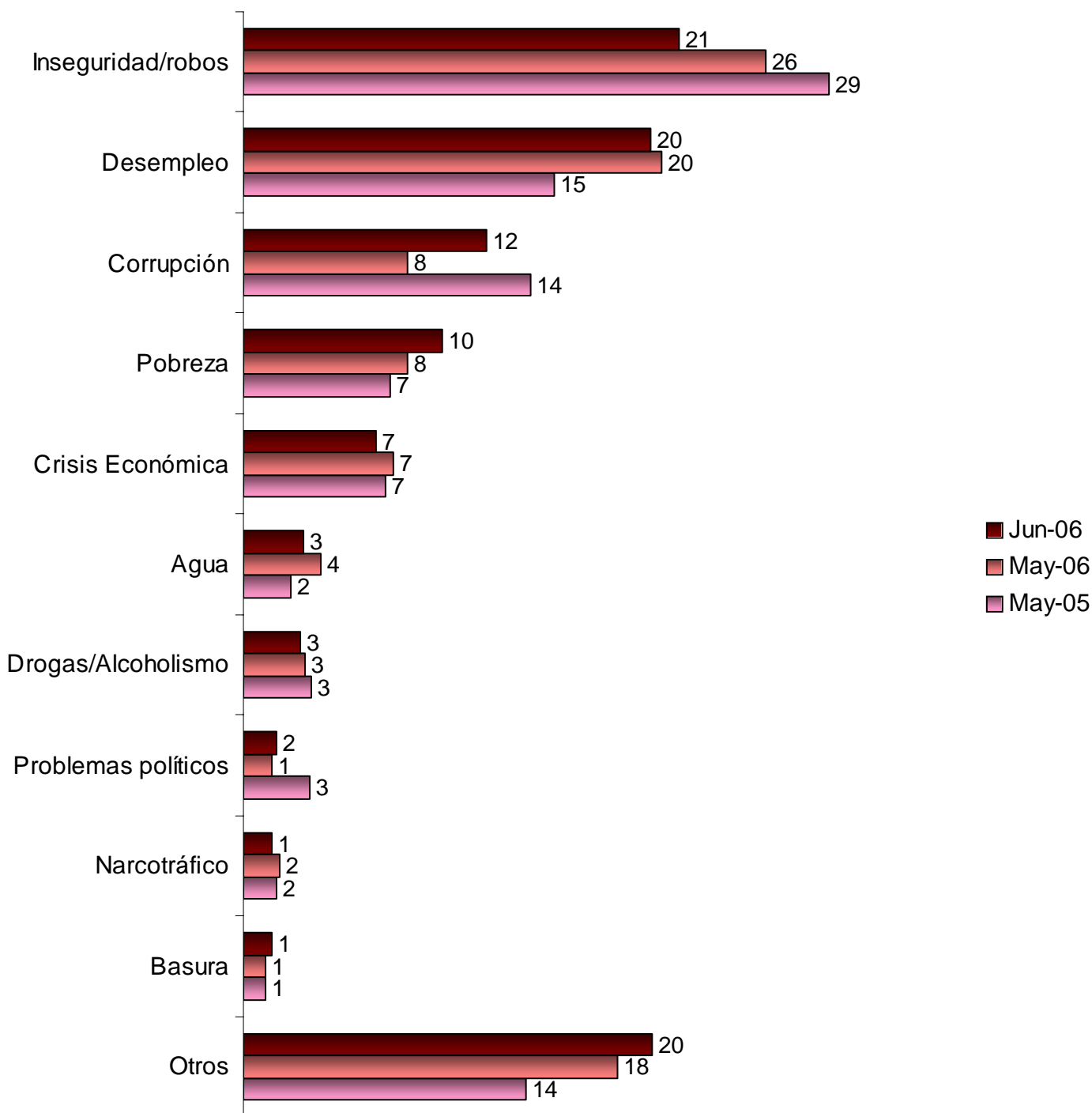


Intención de voto para Presidente de la República

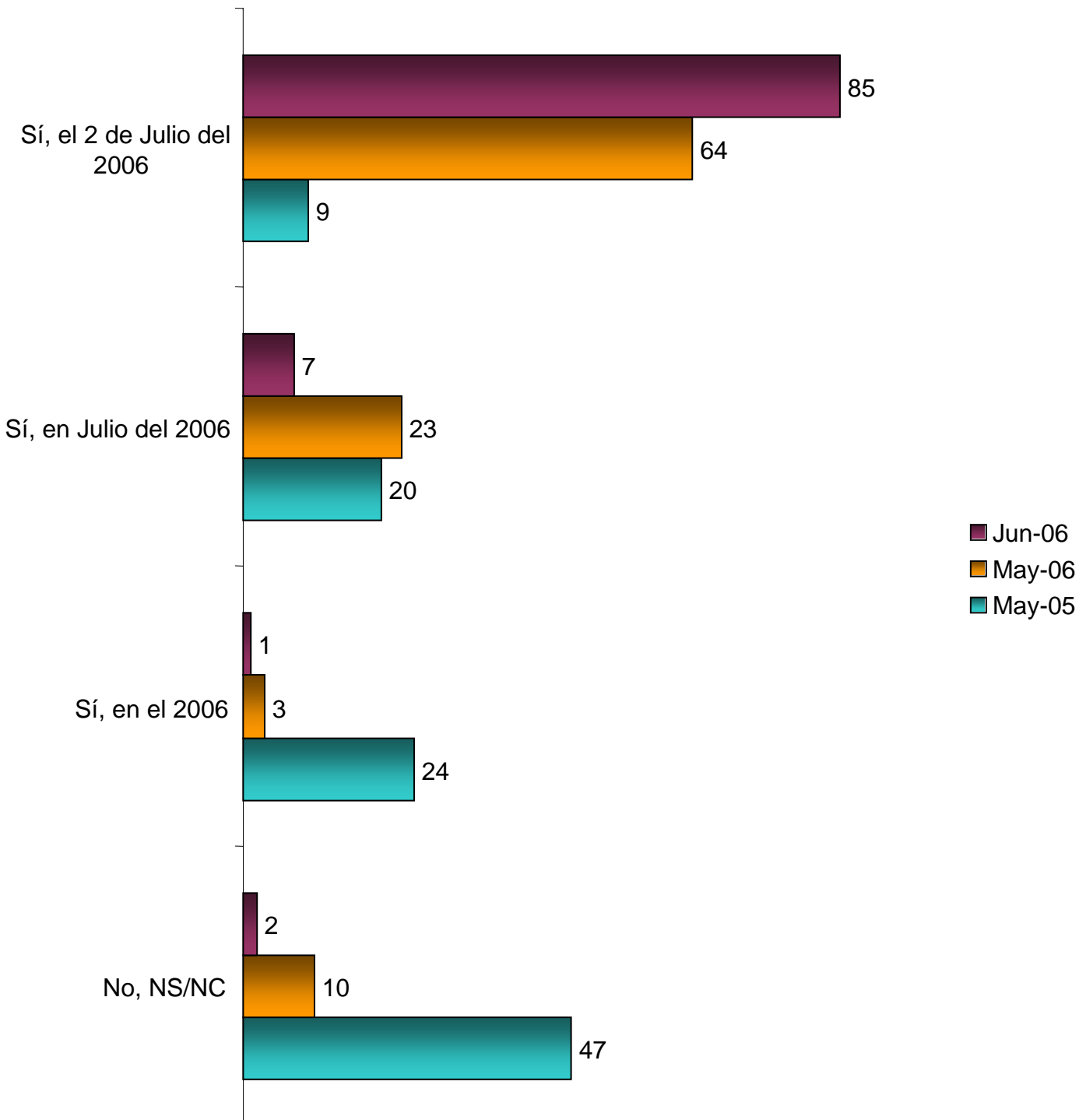


¿Por cuál candidato usted NUNCA votaría?

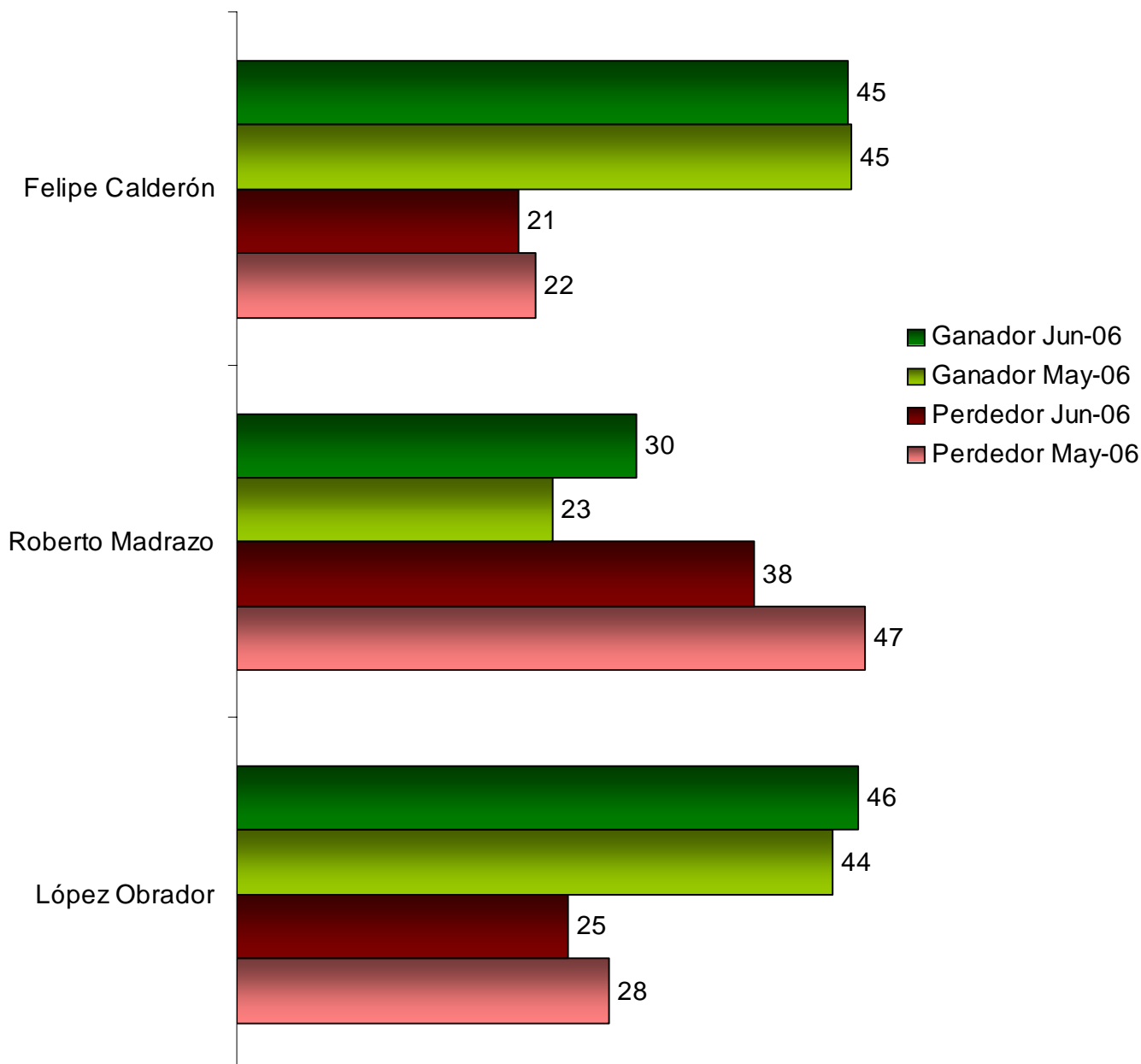
¿Cuál considera Usted que es el principal problema que hay en el País?



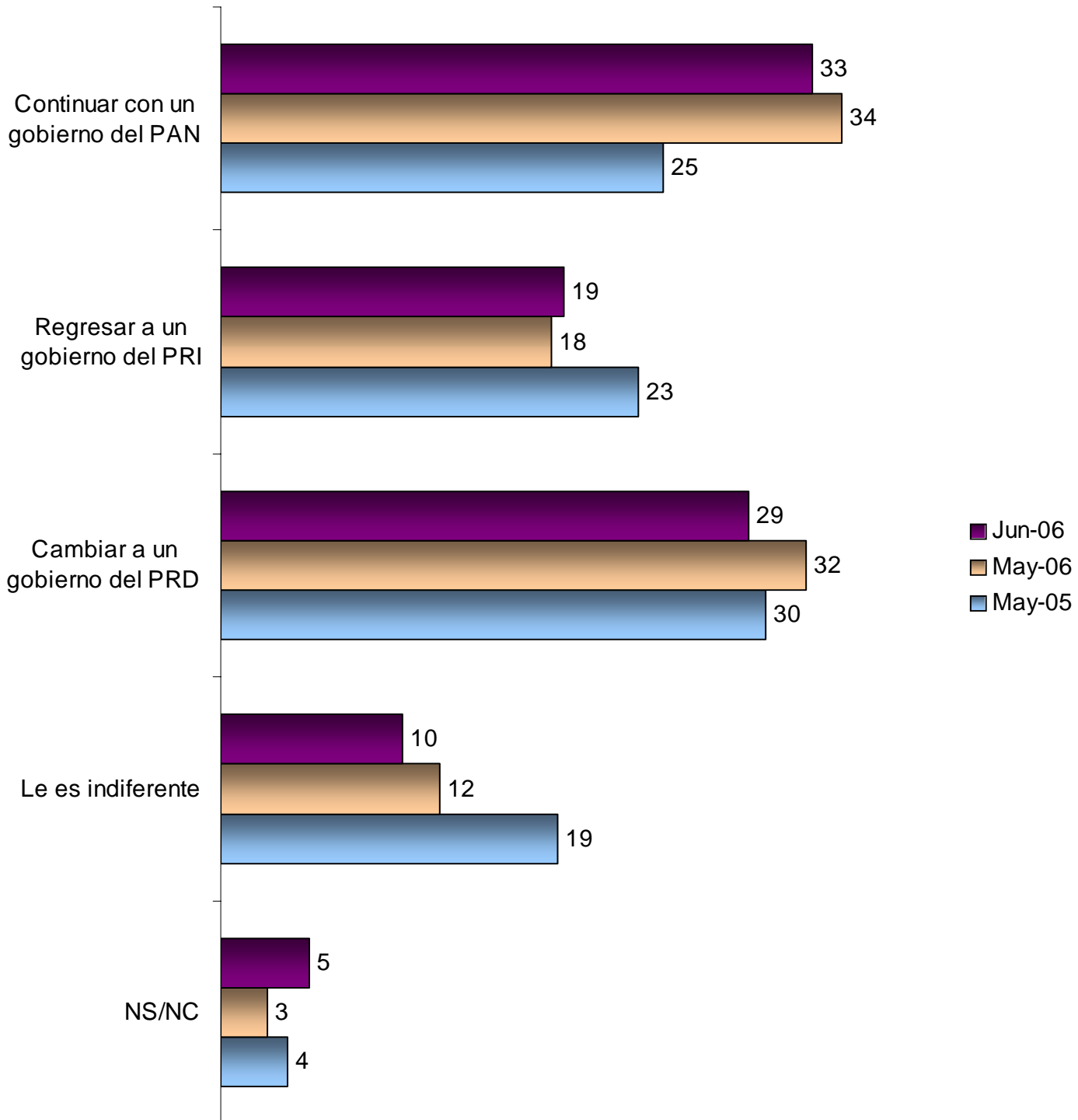
¿Sabe Usted cuándo se llevarán a cabo las elecciones para Presidente de la República?



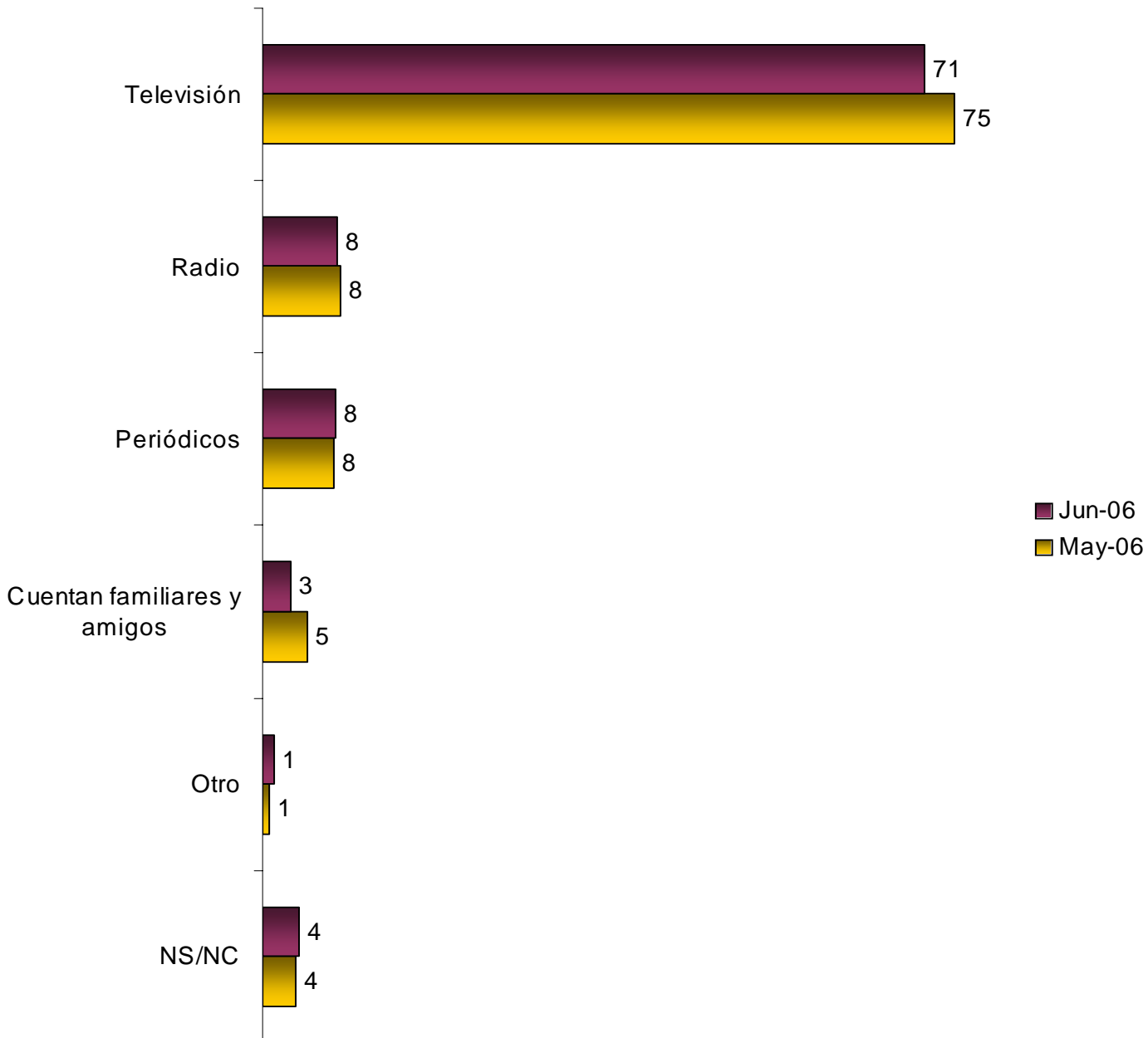
Independientemente de por quién vaya a votar, ¿Qué tan probable es que gane para Presidente de la República...?



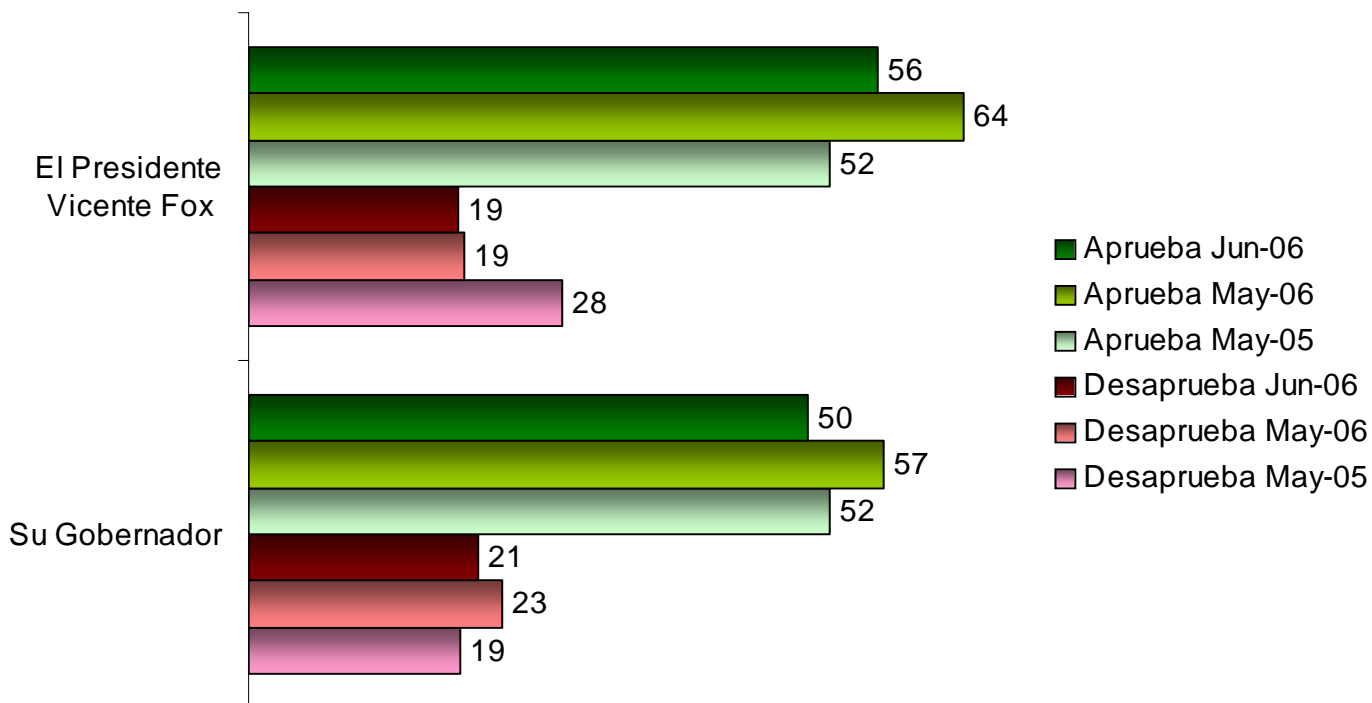
¿Qué cree Usted que sea mejor para el País?



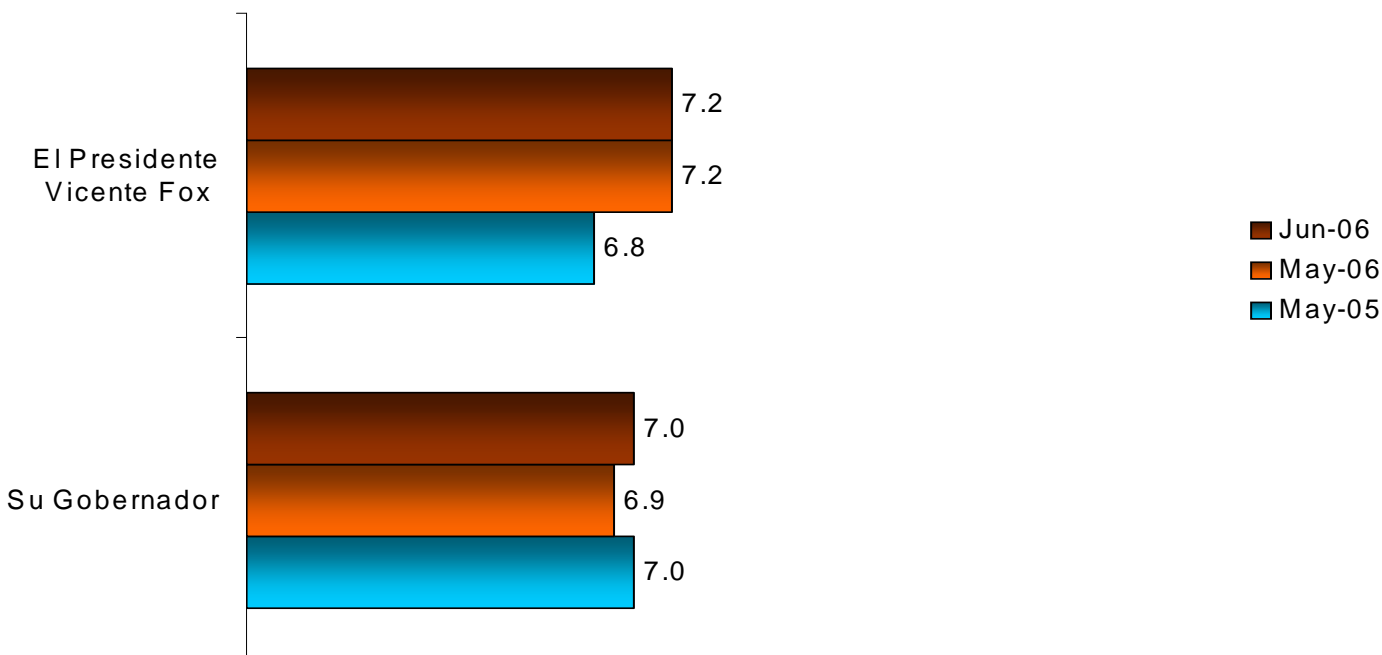
¿En cuál medio de comunicación confía más para enterarse de las campañas?



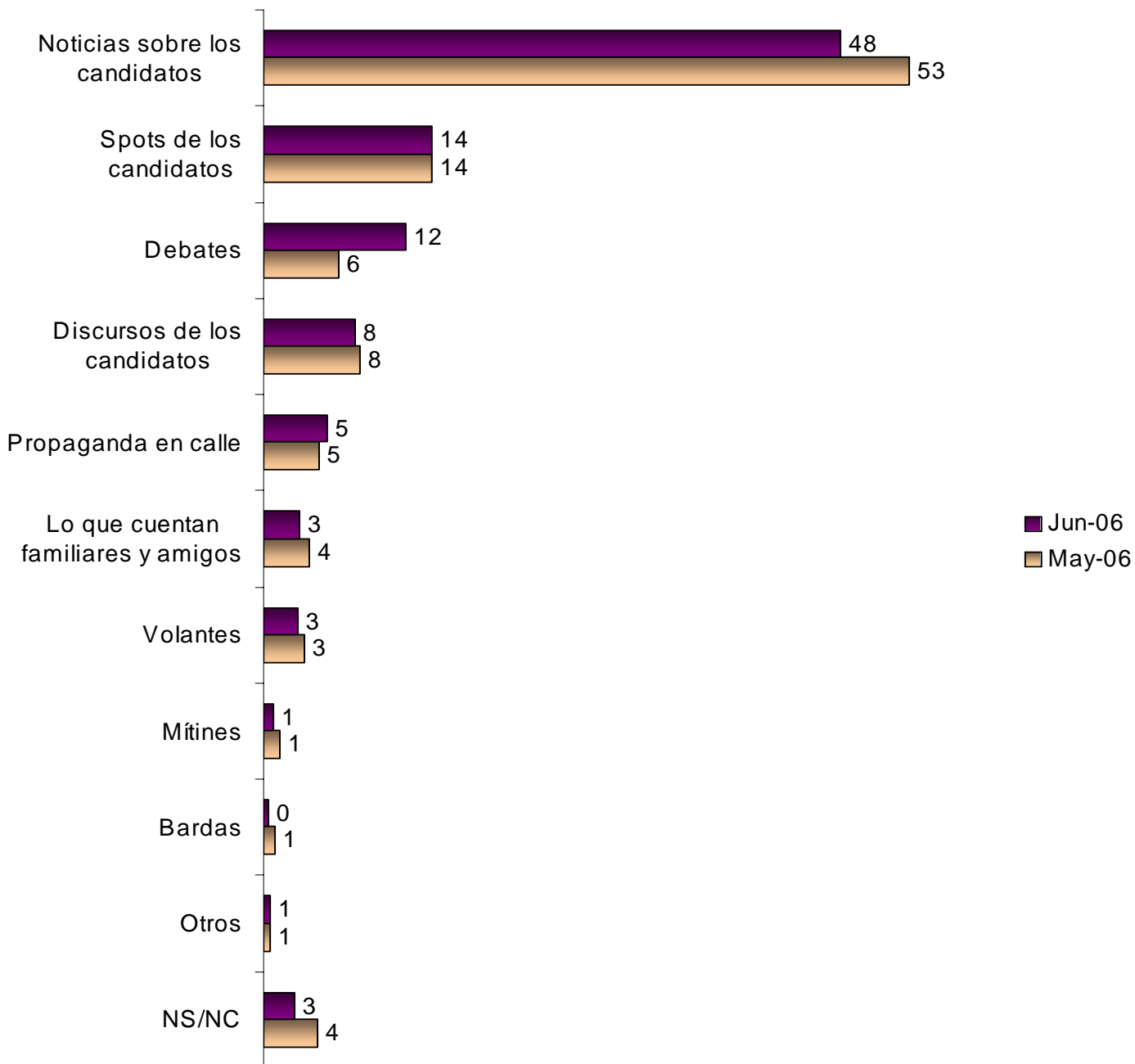
¿Aprueba Usted ó no el trabajo realizado por ... ?



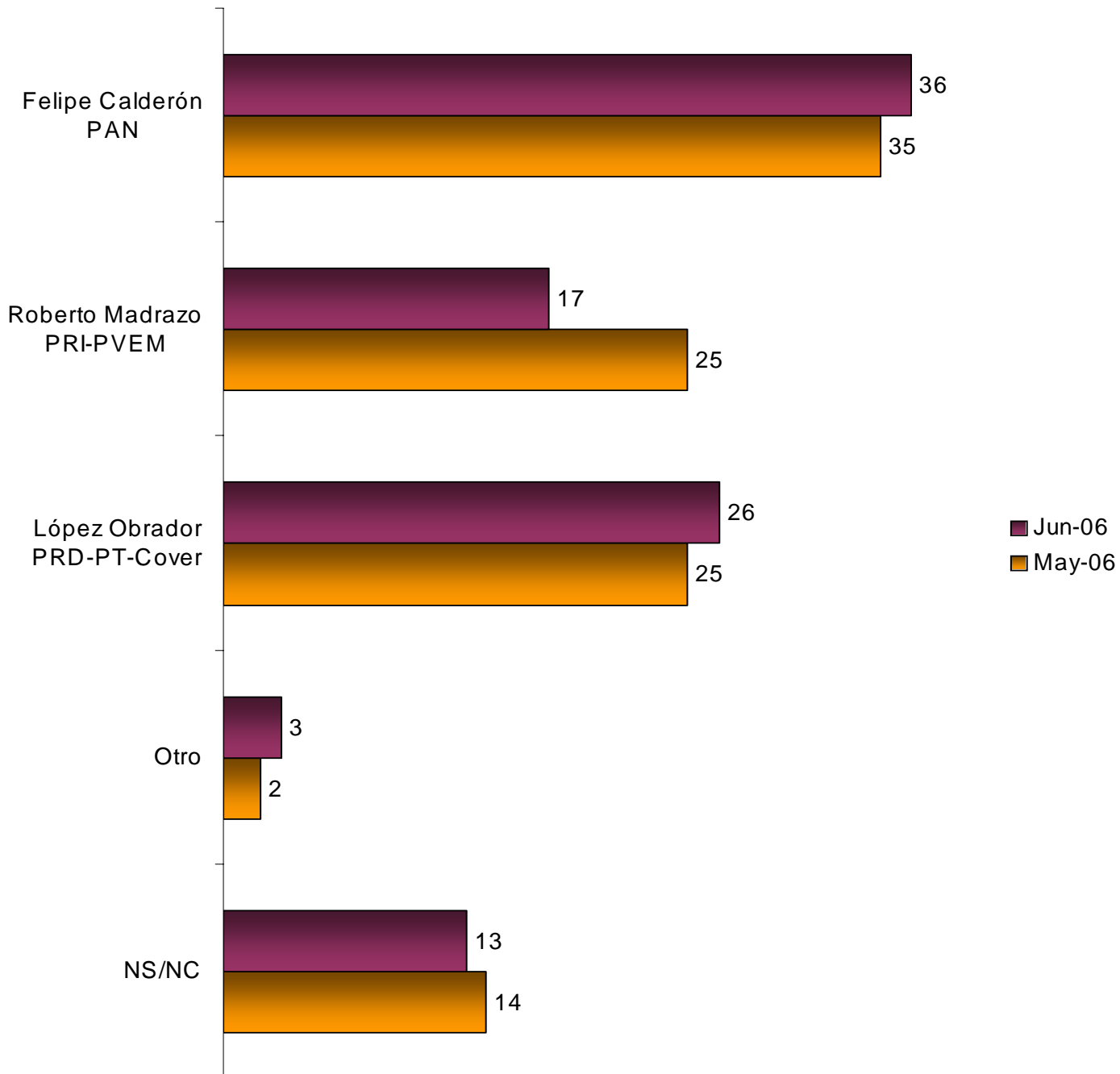
Calificación de ...



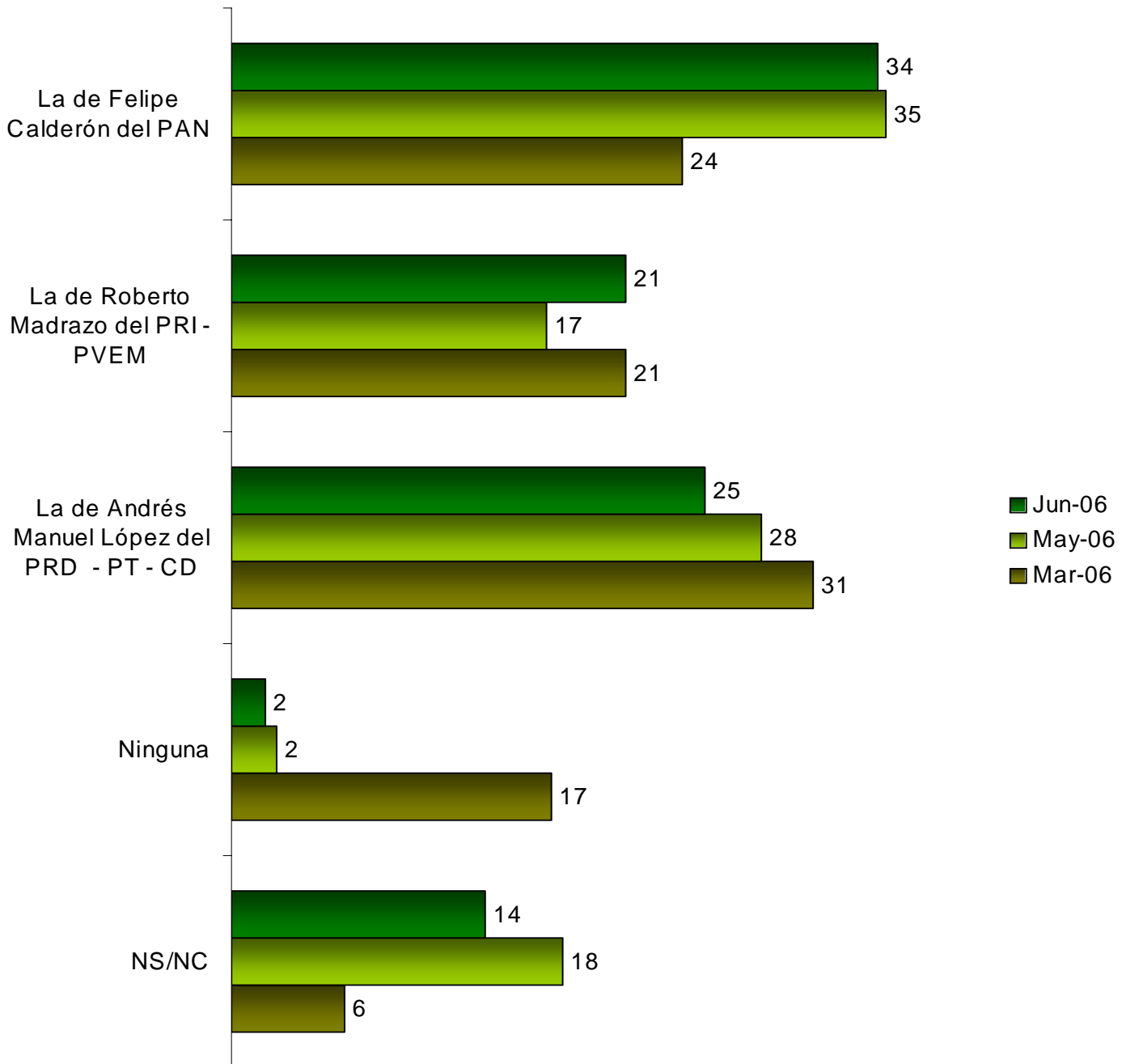
¿De cuál de las siguientes fuentes recibe Usted la información más útil para decidir por quién votar?



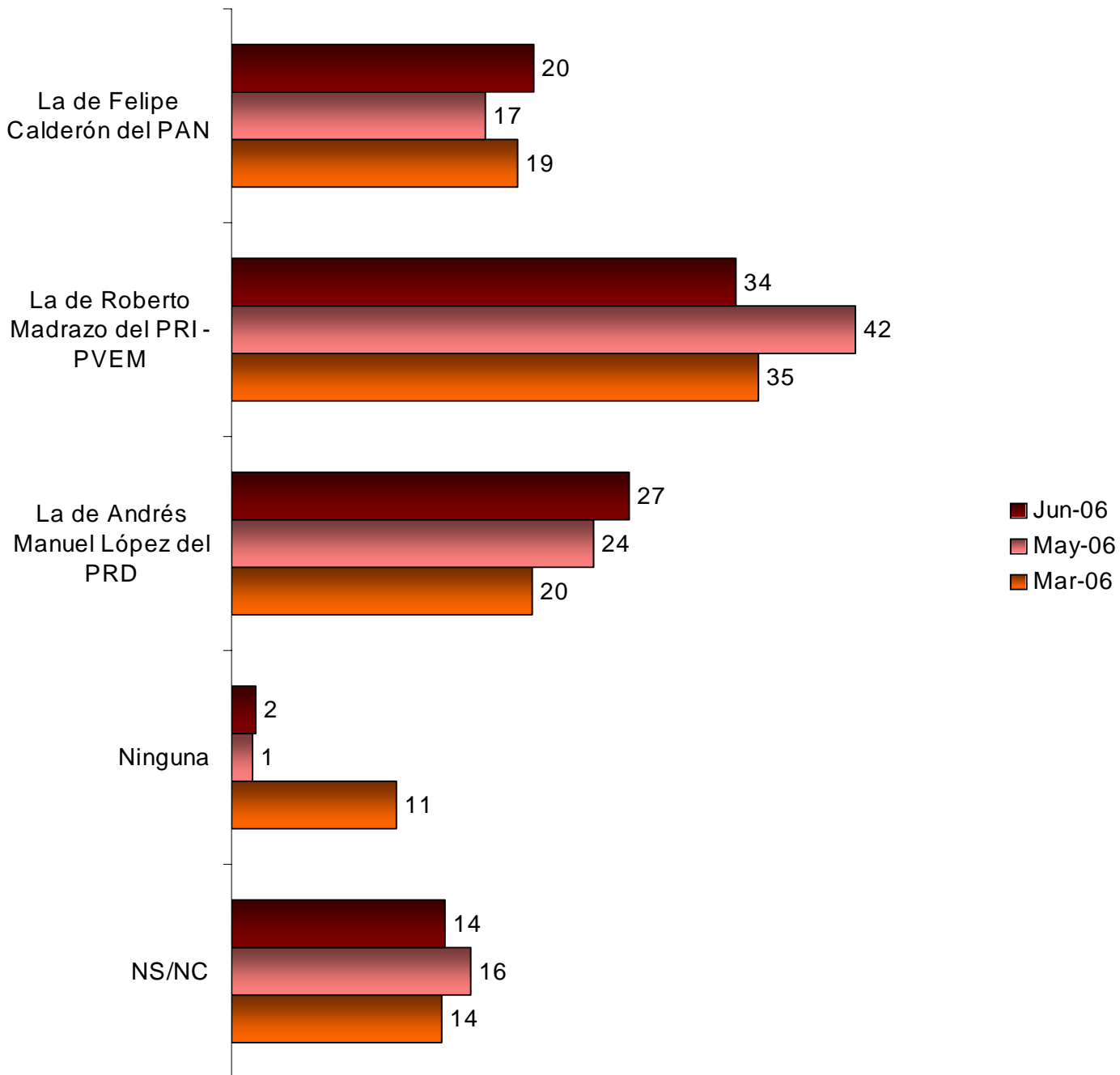
¿En la última semana de cuál candidato ha visto más spots en la televisión?



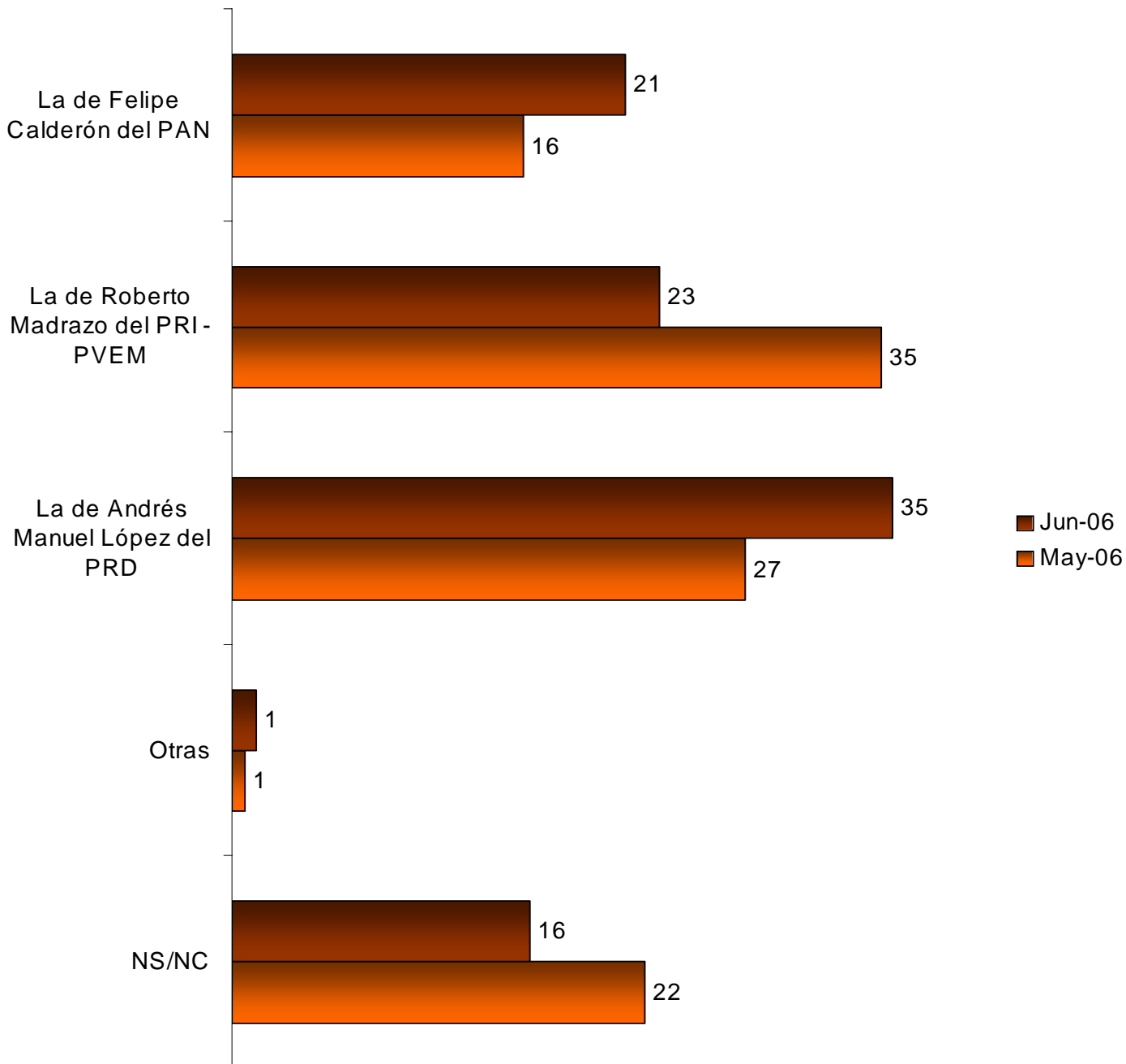
La campaña para Presidente de la República que ha gustado más



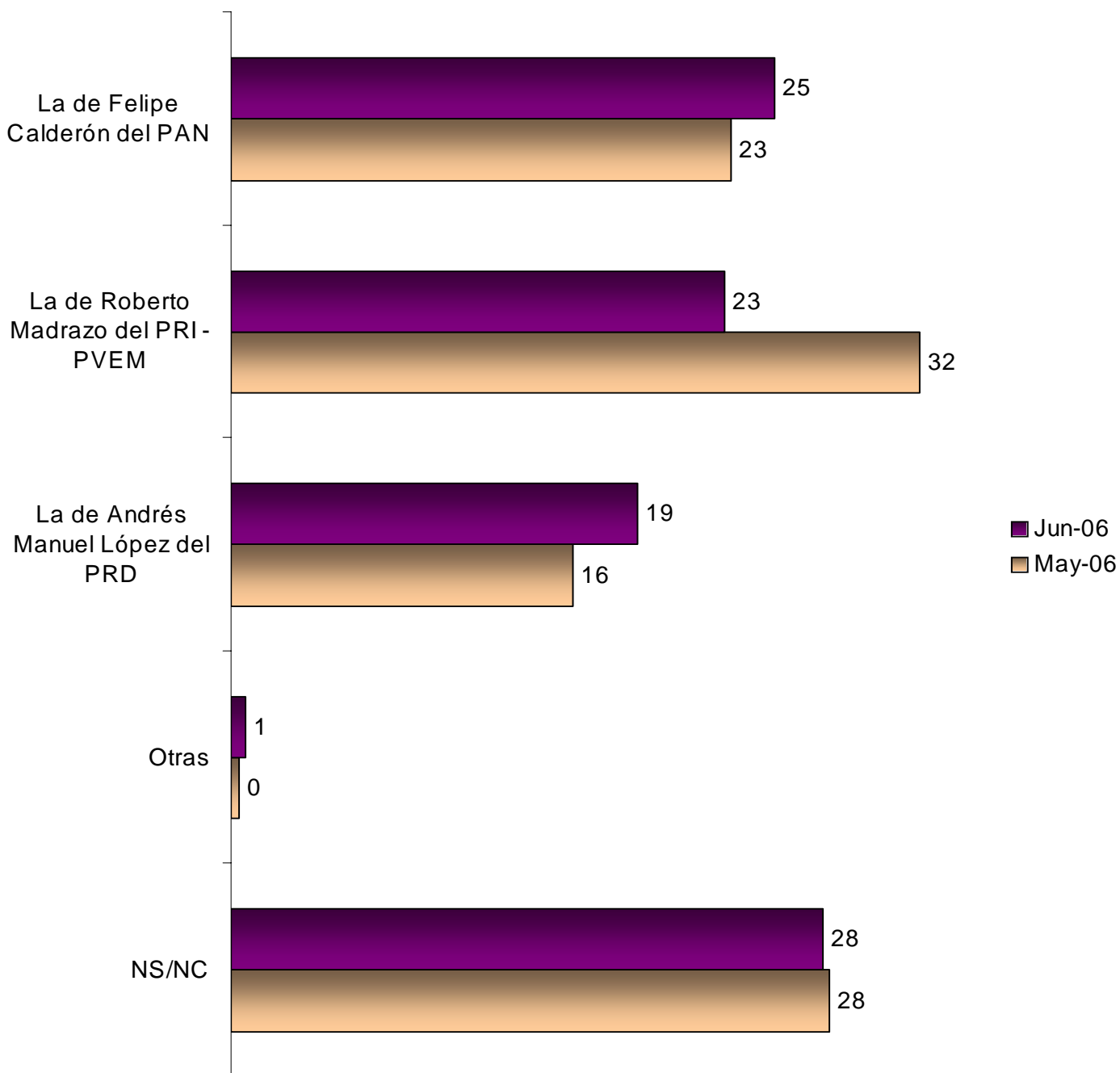
La campaña para Presidente de la República que ha gustado menos



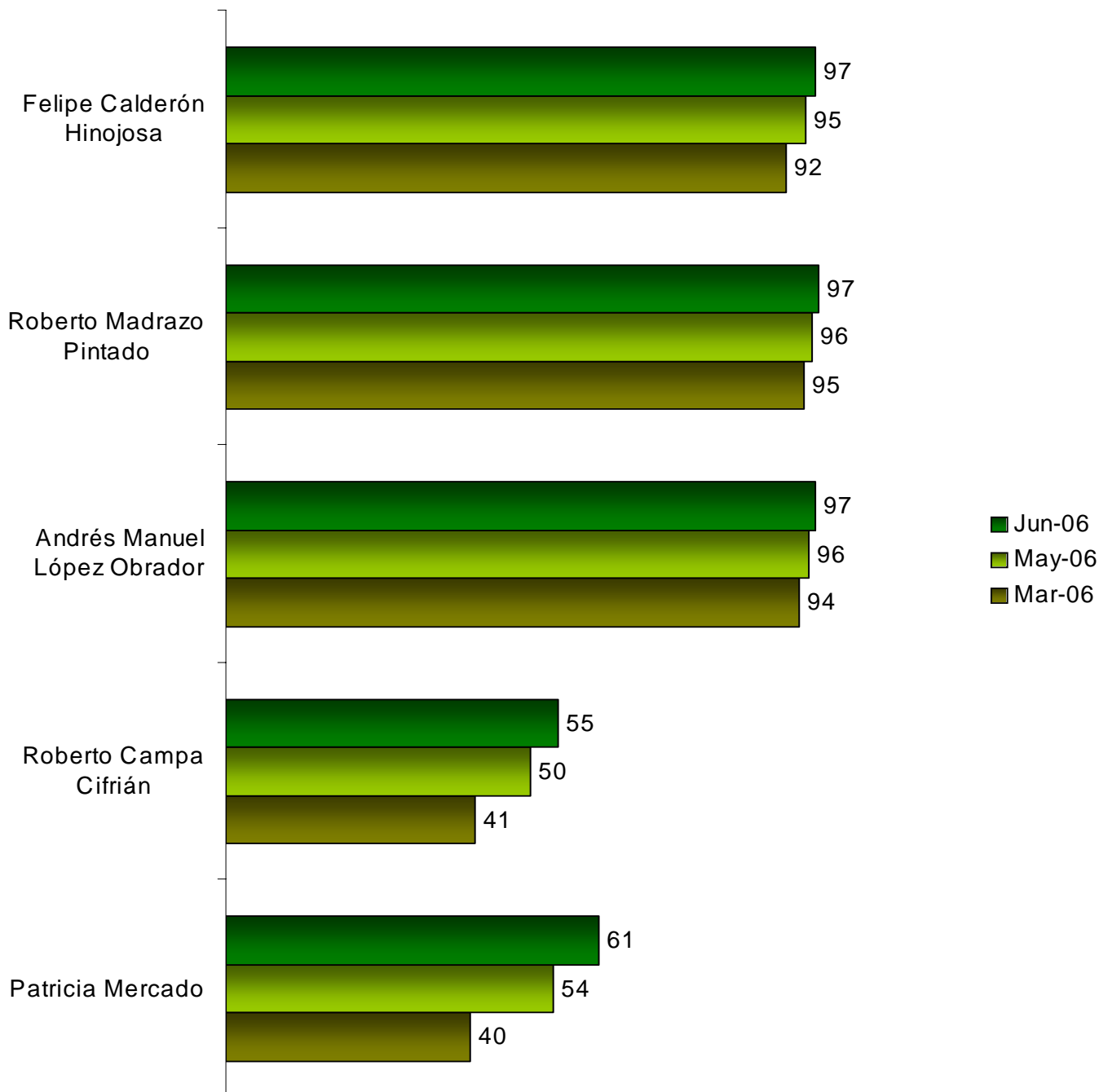
La campaña para Presidente de la República más negativa



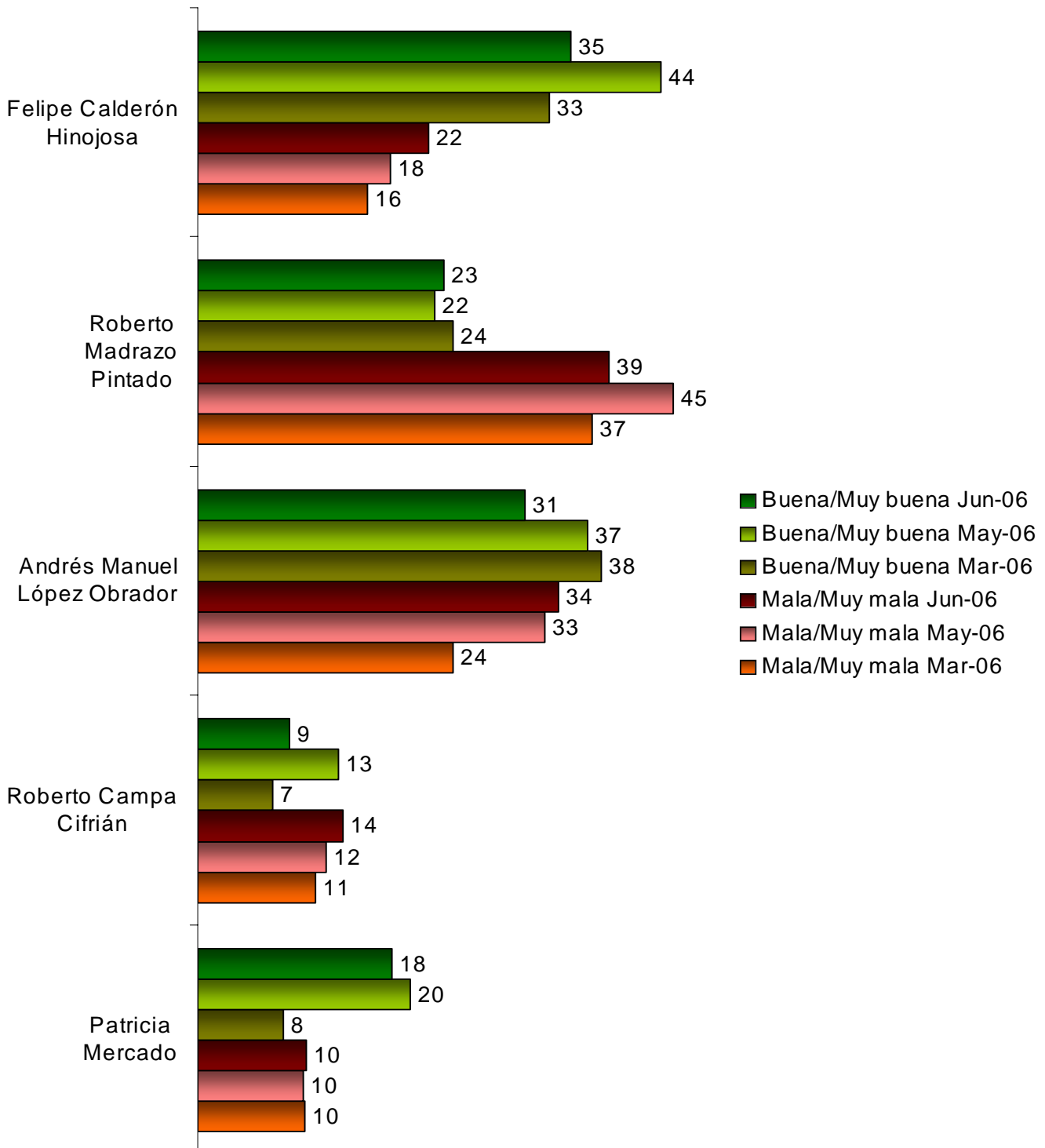
La campaña para Presidente de la República en la que se ha gastado más



Sí conoce a los candidatos a la Presidencia de la República



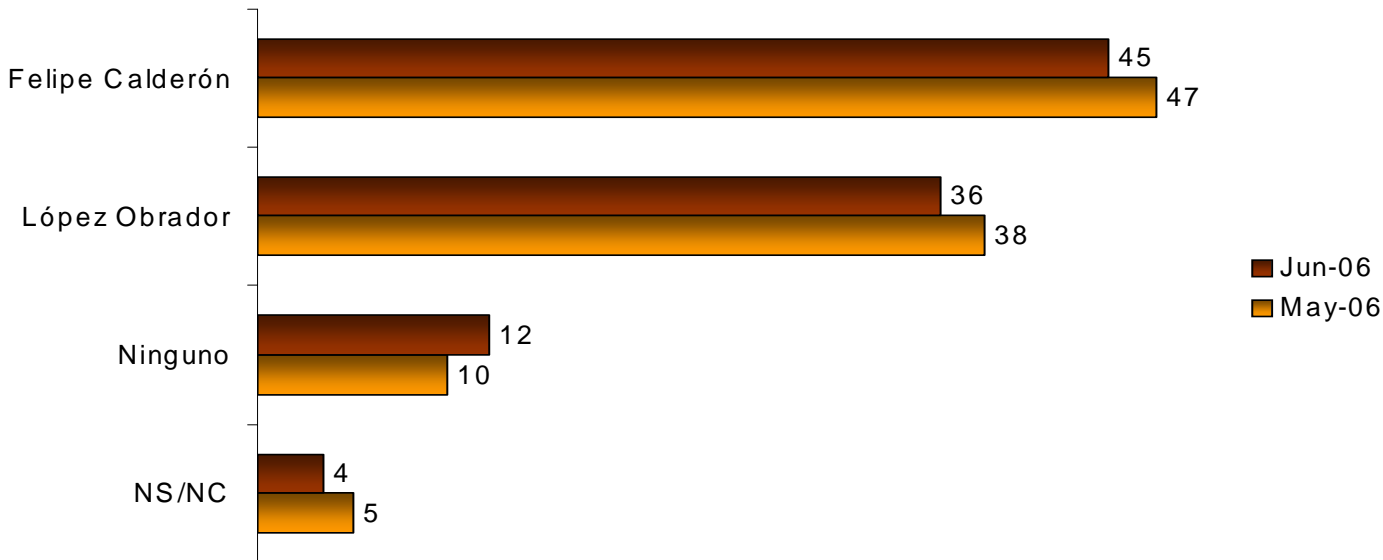
Opinión de los Candidatos a la Presidencia de la República



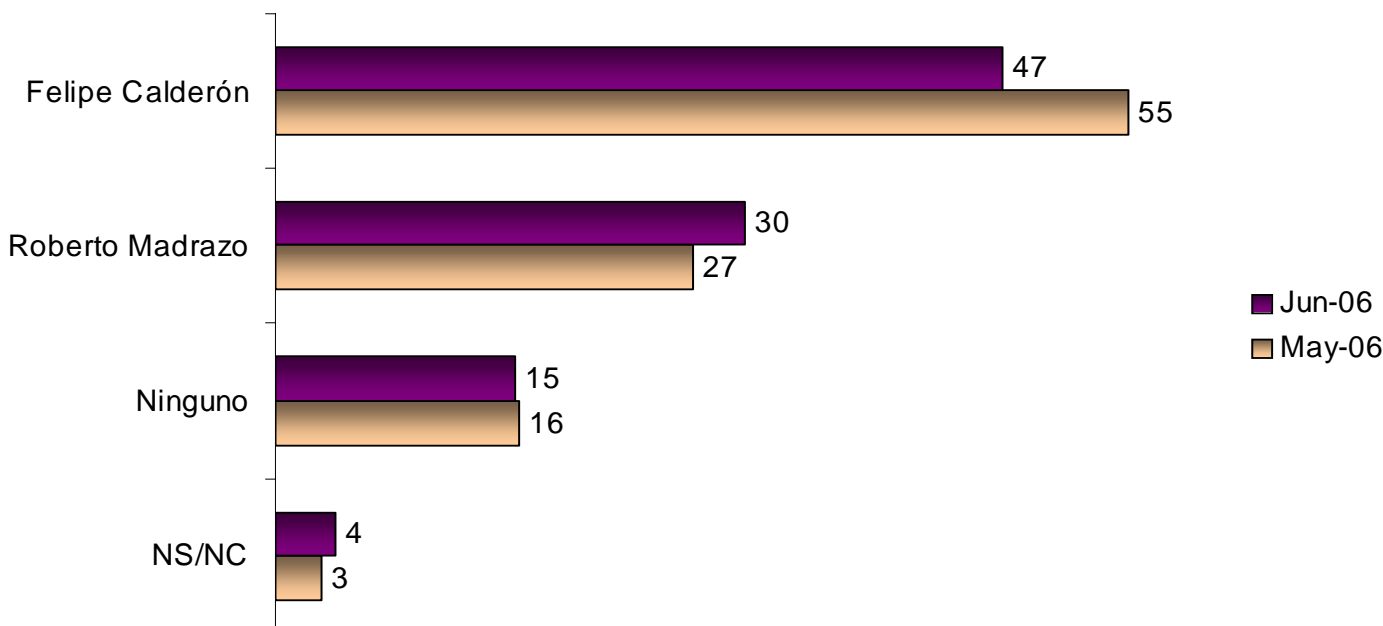
¿Quién cree Usted que es el más ... ?

	Felipe Calderón	Roberto Madrazo	López Obrador	Otro	NS/NC
Honesto (May-06)	34	14	29	3	20
Honesto (Jun-06)	30	17	25	4	20
Capaz para ser Presidente (May-06)	36	19	33	2	10
Capaz para ser Presidente (Jun-06)	33	22	29	3	9
Cercano al Pueblo (May-06)	32	17	42	1	9
Cercano al Pueblo (Jun-06)	30	19	38	2	8
Líder(May-06)	32	23	33	1	11
Líder(Jun-06)	31	23	32	2	9
Experto para gobernar (May-06)	28	26	30	1	14
Experto para gobernar (Jun-06)	28	29	28	1	11
Corrupto (May-06)	9	48	20	1	23
Corrupto (Jun-06)	14	38	24	1	19
Conoce el País (May-06)	24	24	28	1	23
Conoce el País (Jun-06)	26	24	28	2	16
Ha hecho más por México (May-06)	22	14	34	1	28
Ha hecho más por México (Jun-06)	25	17	31	1	21
Al que le cree más (May-06)	33	17	32	2	16
Al que le cree más (Jun-06)	32	19	29	2	14
Preparado (May-06)	35	21	26	2	16
Preparado (Jun-06)	34	23	25	2	12
Endeudaría al País (May-06)	10	38	30	1	22
Endeudaría al País (Jun-06)	16	24	37	1	19
Tiene la mejor familia (May-06)	31	17	11	1	41
Tiene la mejor familia (Jun-06)	30	17	12	1	35

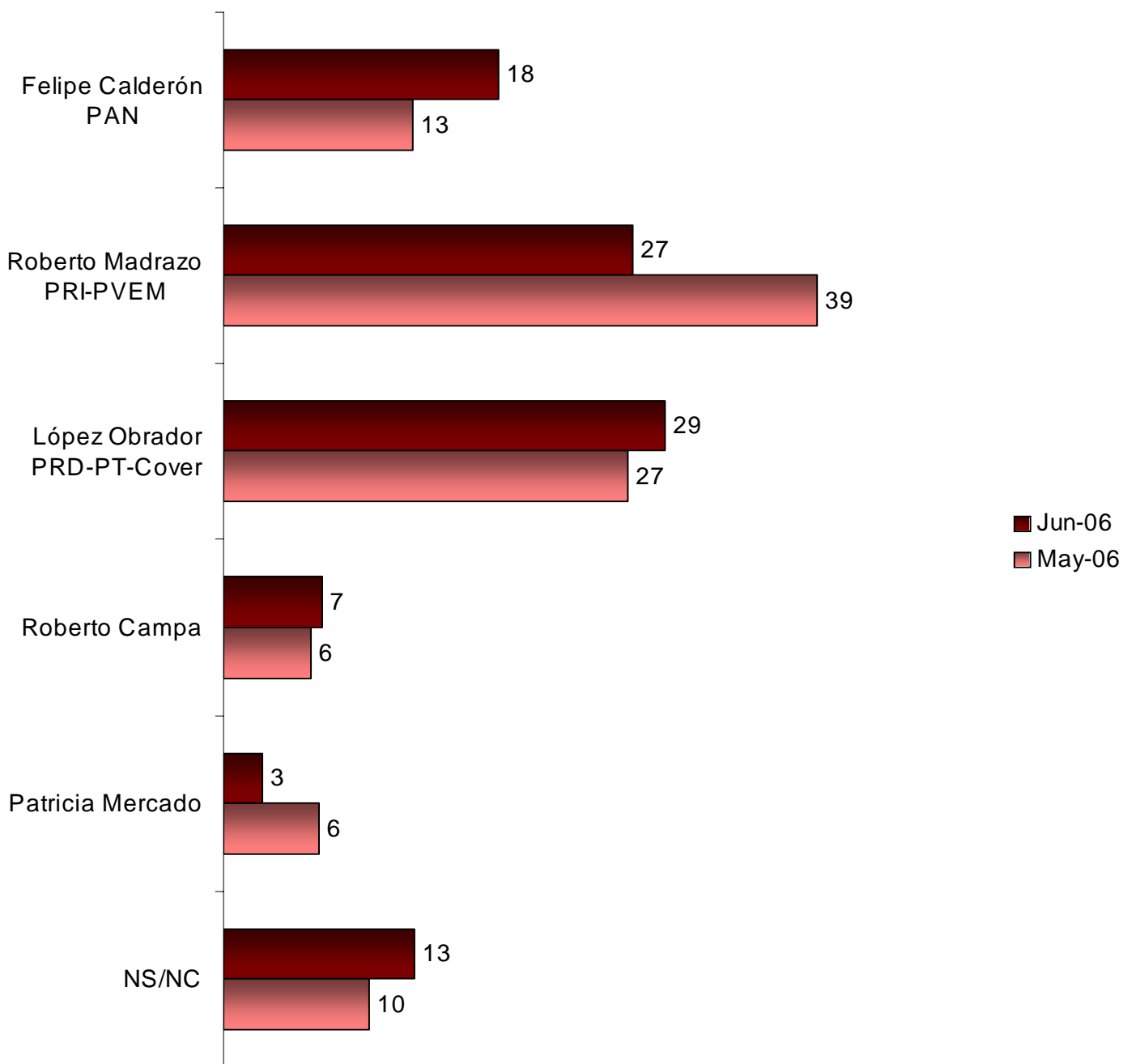
**Si al final de la campaña sólo los siguientes candidatos
tuvieran la oportunidad de ganar la elección, ¿Por
quién votaría Usted?**



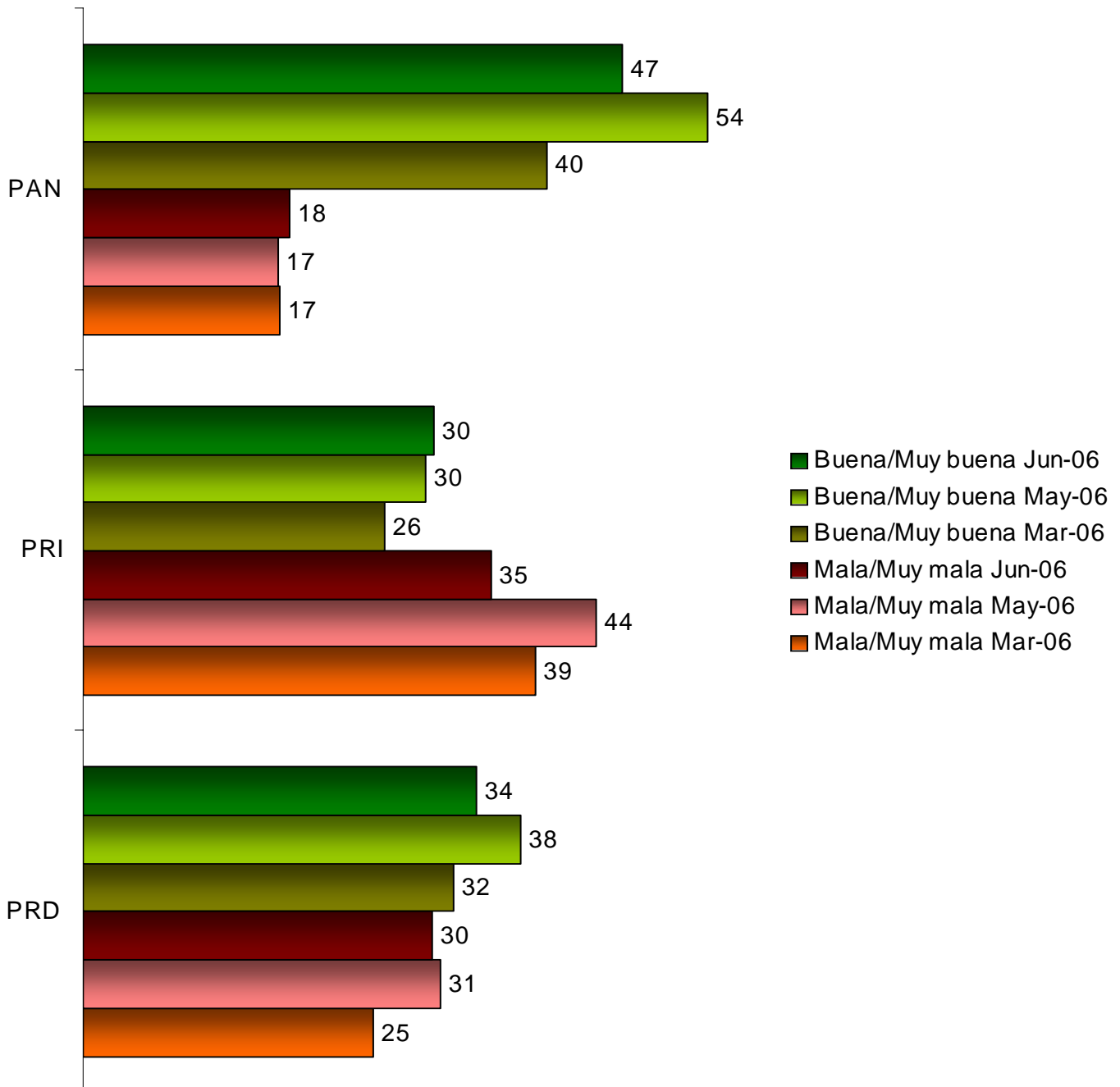
**Si al final de la campaña sólo los siguientes candidatos
tuvieran la oportunidad de ganar la elección, ¿Por
quién votaría Usted?**



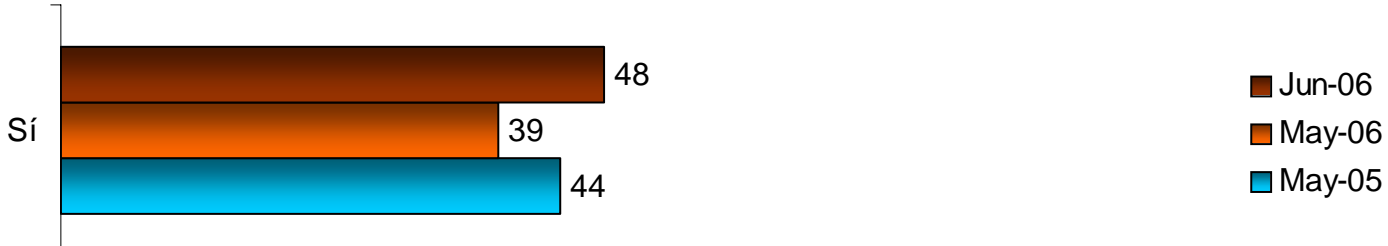
¿Por cuál de los candidatos Usted nunca votaría para Presidente de la República?



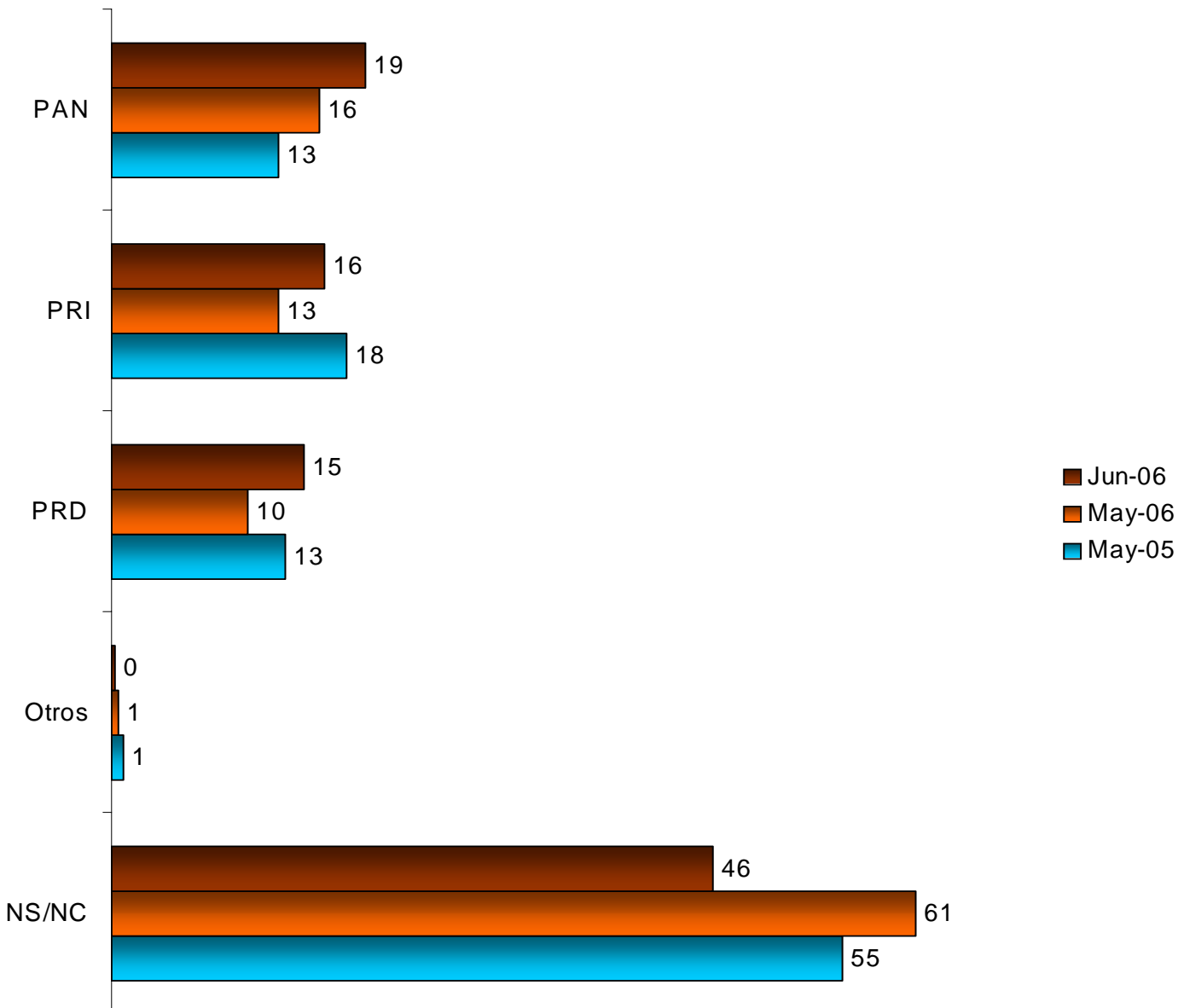
Opinión de los Partidos



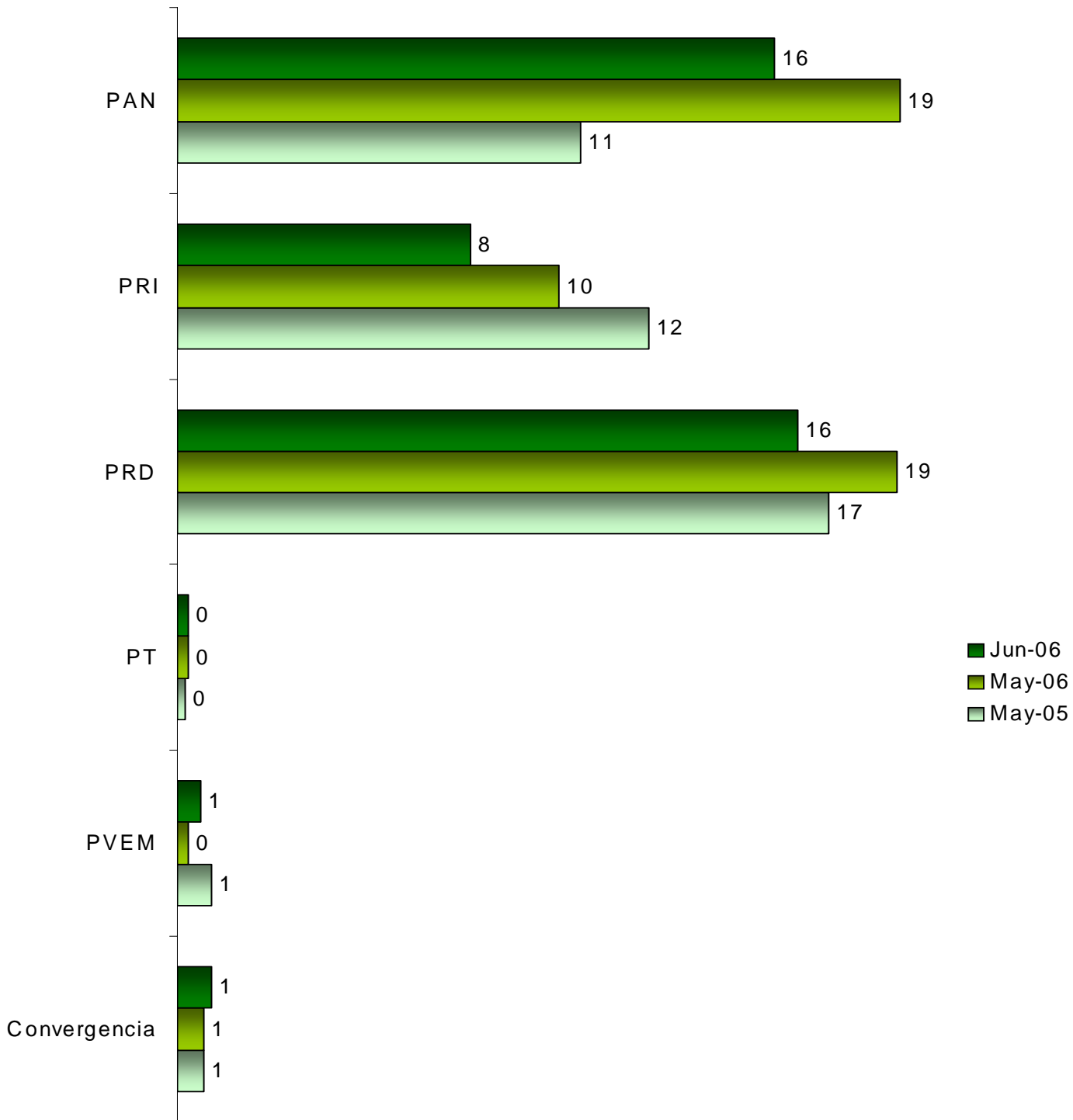
¿Simpatiza Usted con algún partido político?



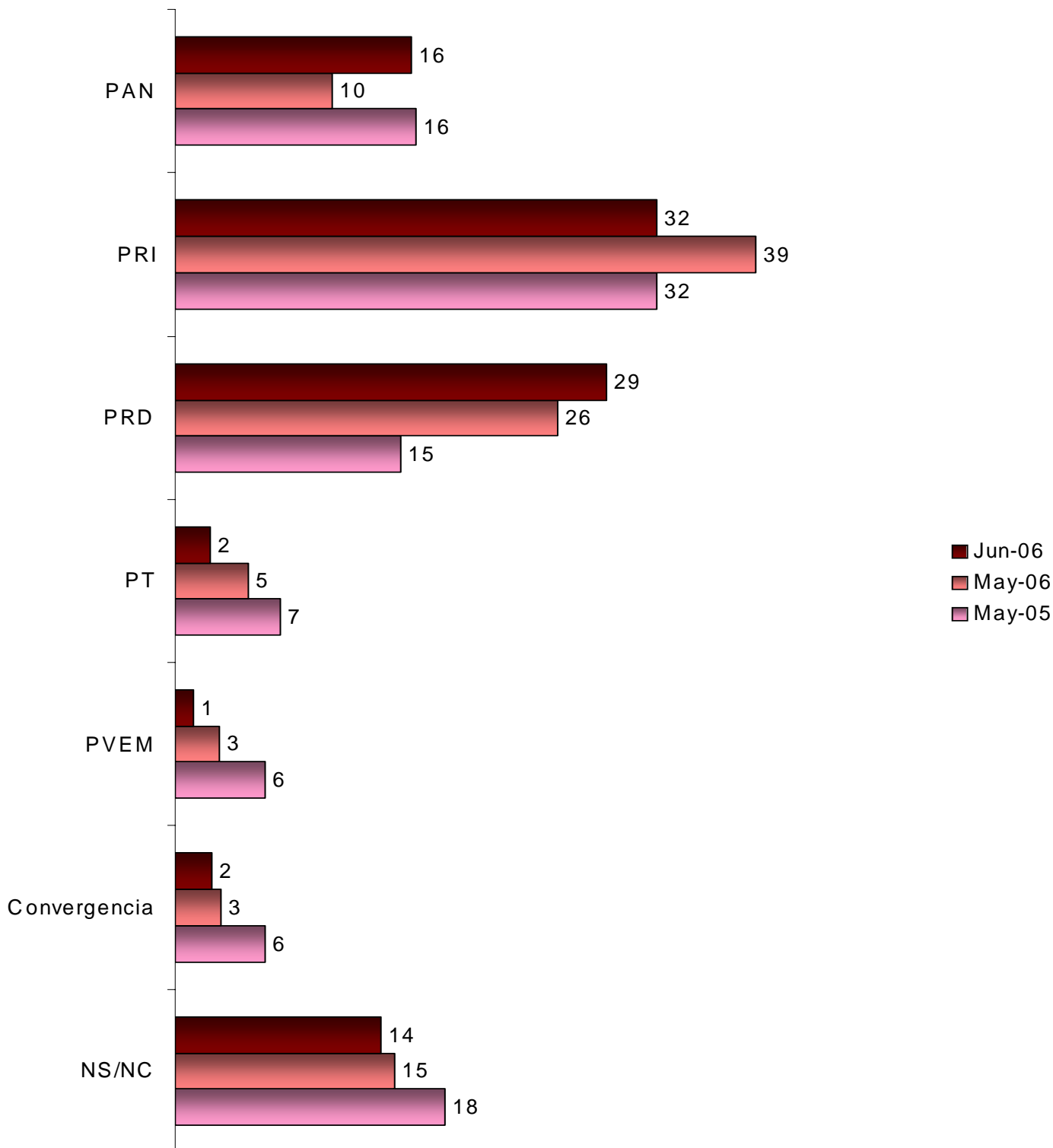
¿Con cuál partido simpatiza?



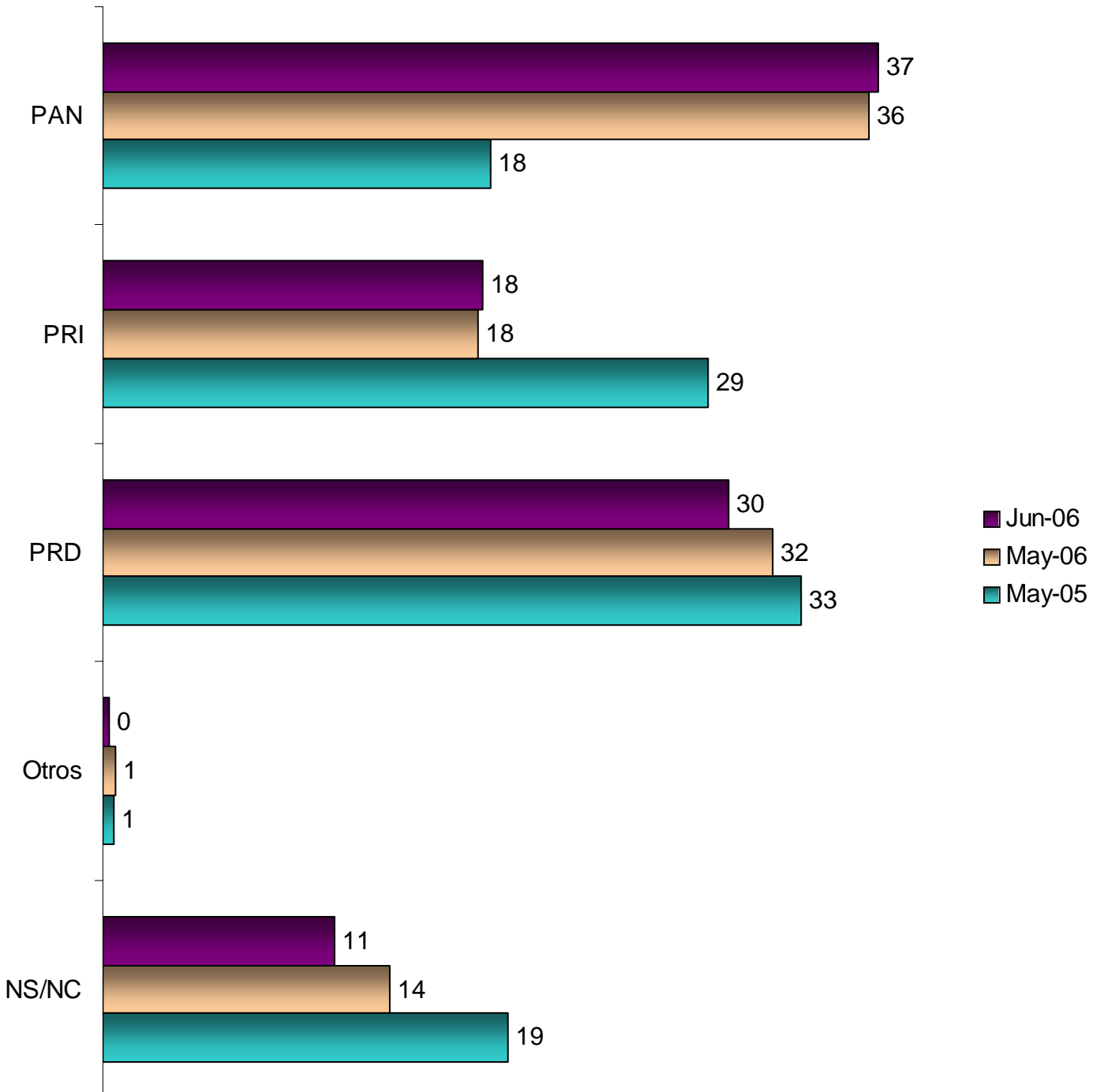
En caso de no simpatizar con ningún partido, ¿Por cuál de ellos se inclinaría a votar en alguna elección?



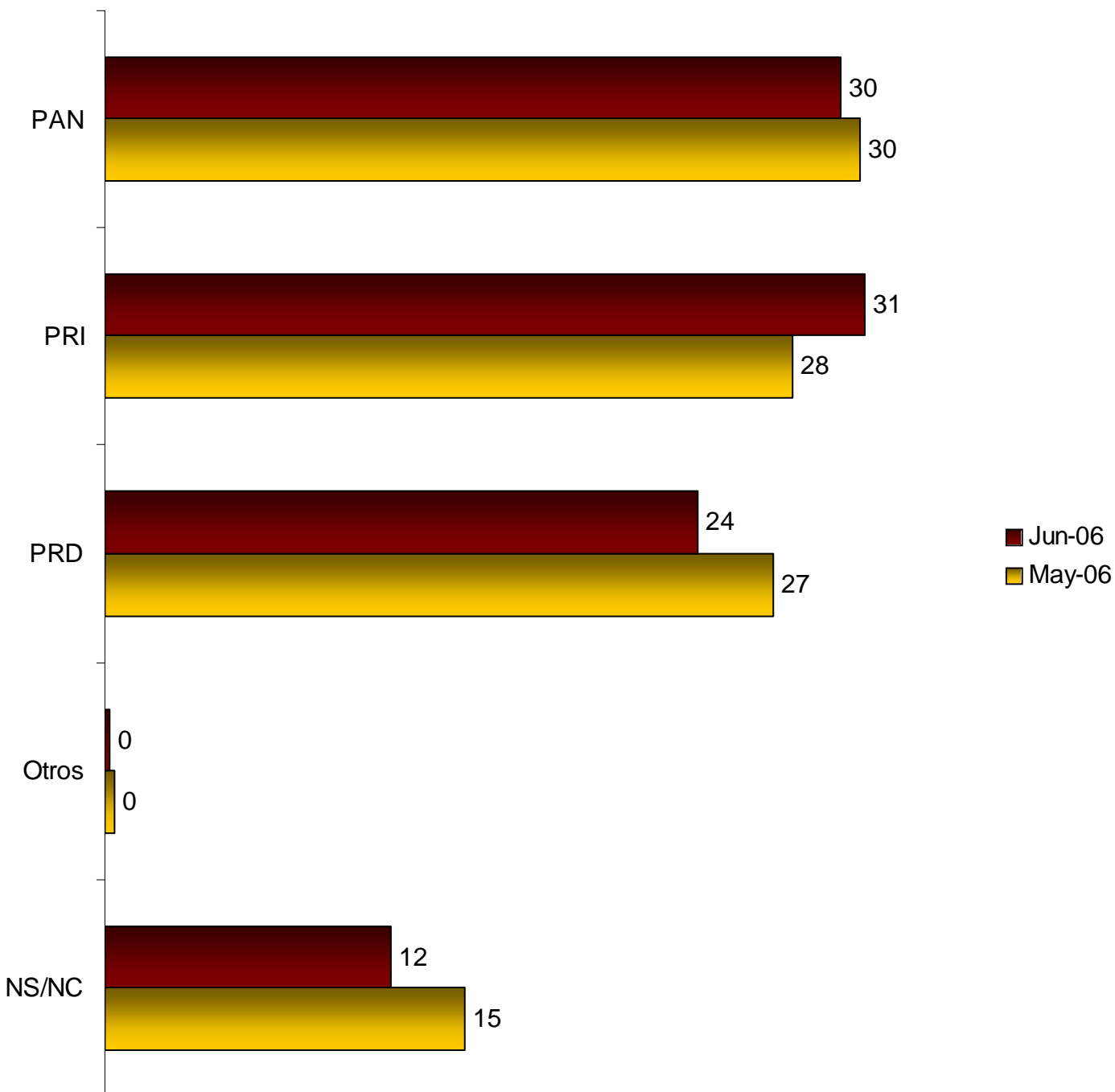
¿Por cuál partido nunca votaría Usted?



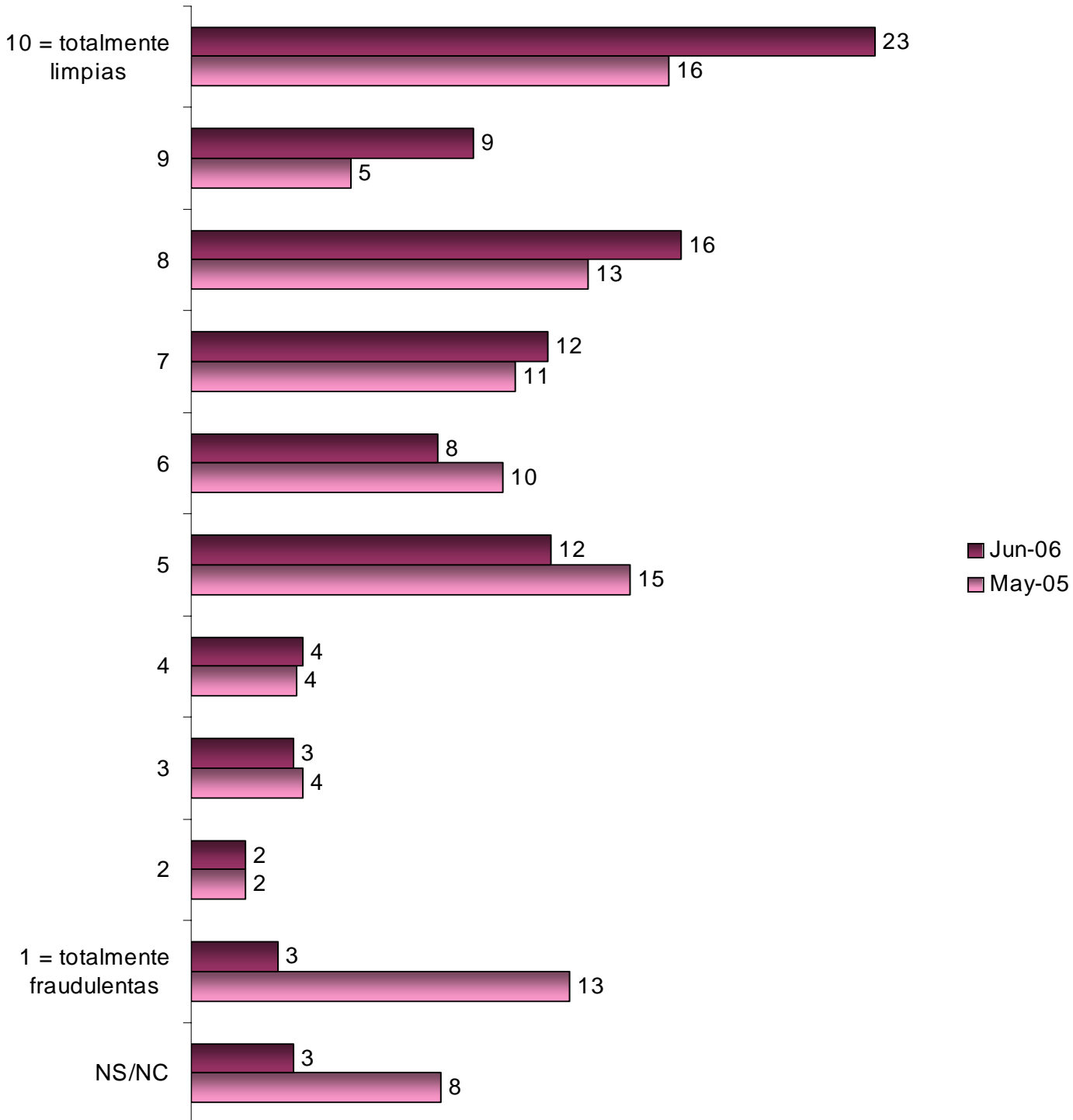
¿Cuál partido cree Usted que va a ganar las elecciones para Presidente de la República en todo el País?



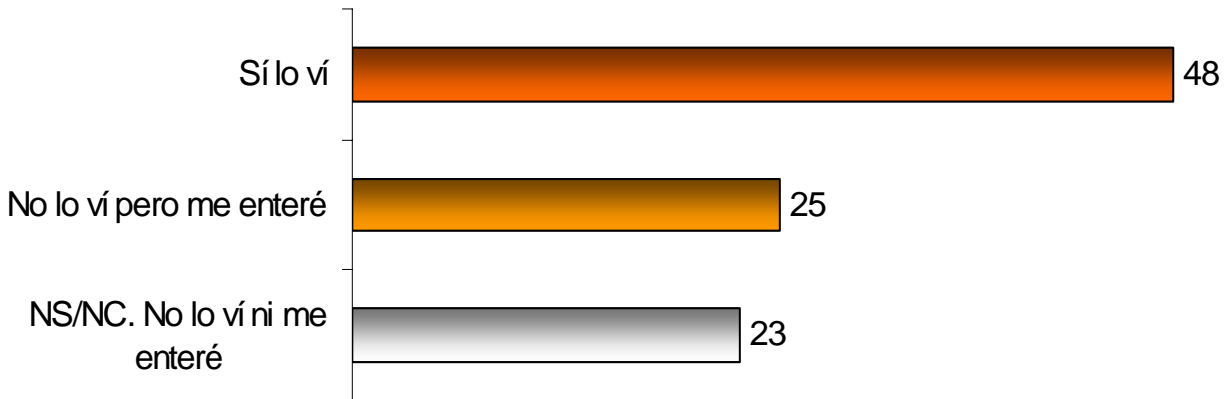
¿Cuál partido político cree Usted que va a ganar las elecciones para Presidente de la República en su Estado?



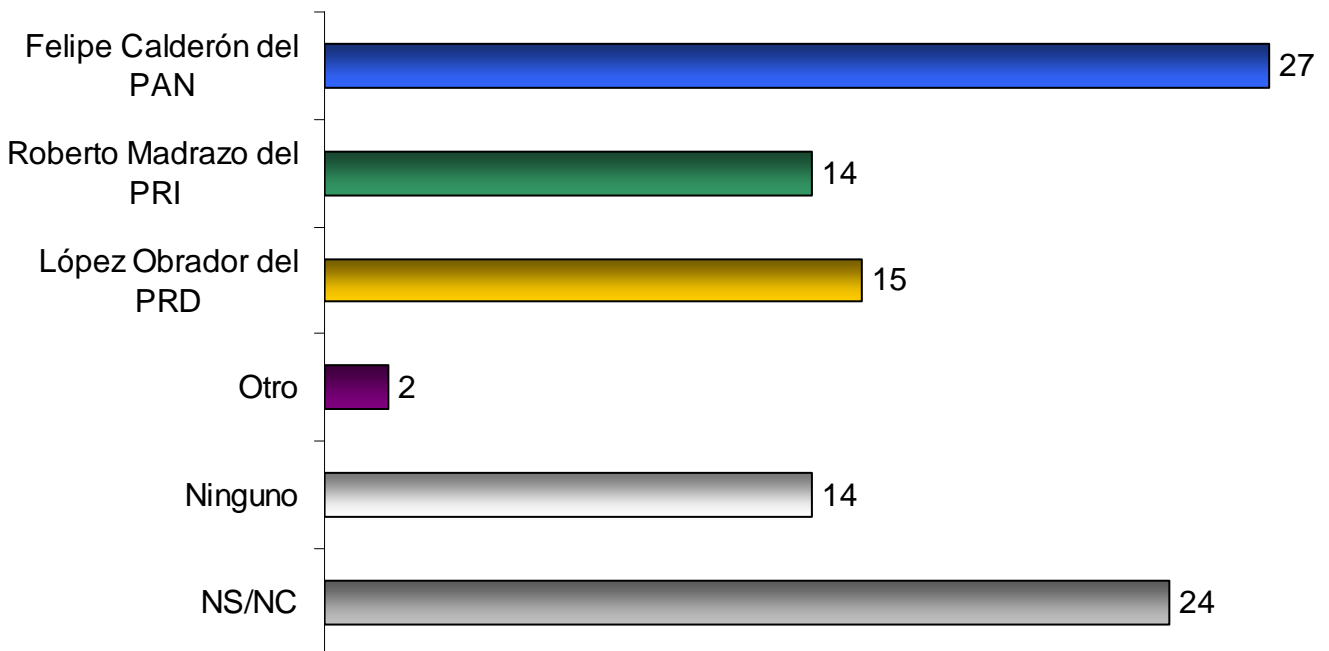
¿Cómo cree Usted que serán las elecciones para Presidente de la República?



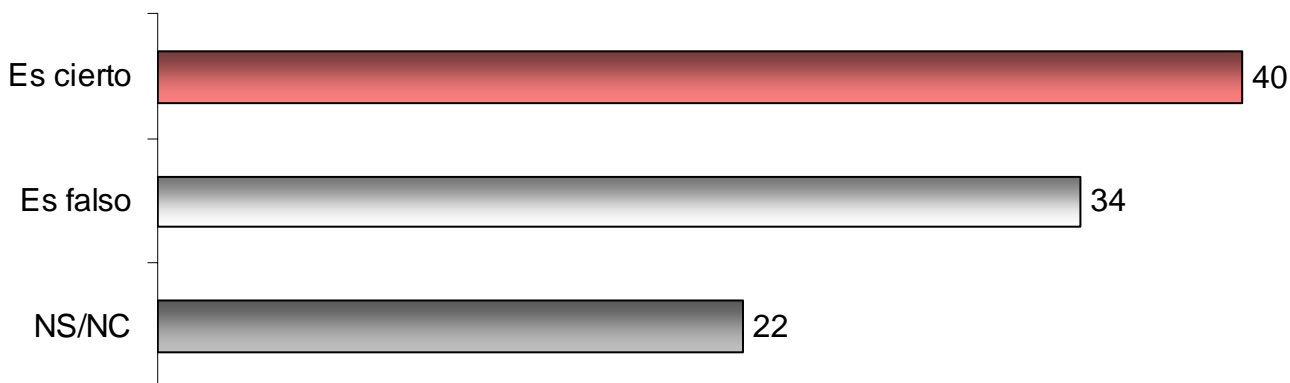
¿Vió ó se enteró Usted del segundo Debate de los candidatos Presidenciales, el pasado 6 de Junio?



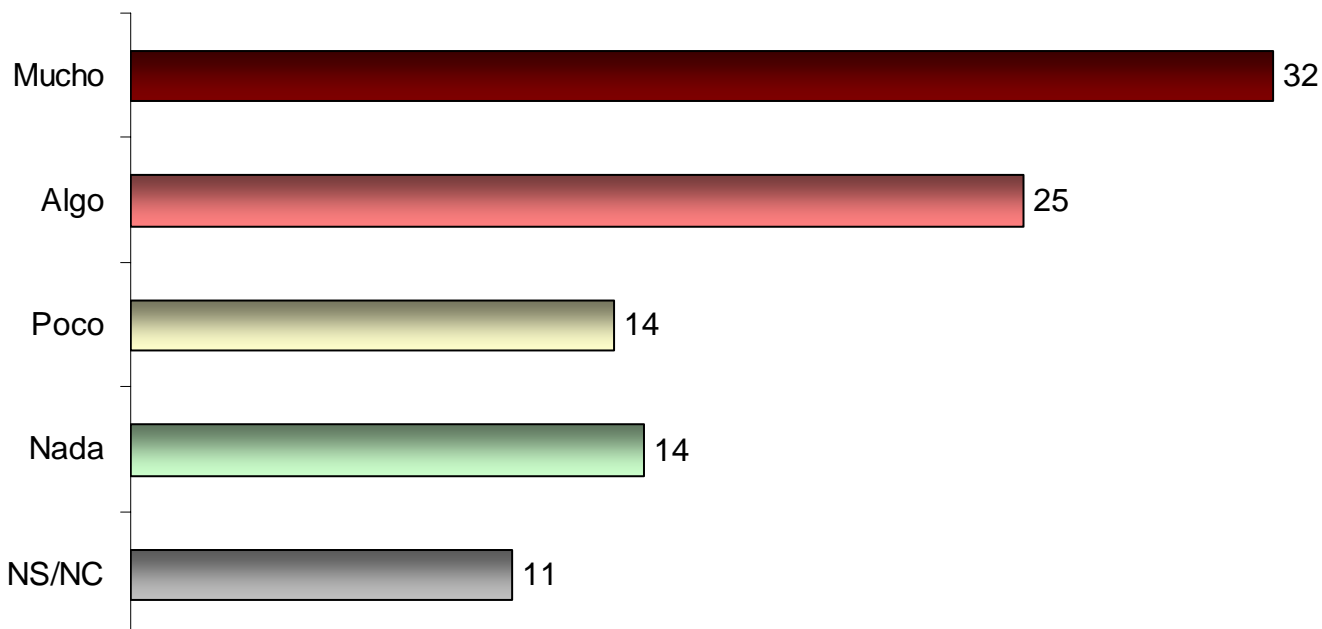
¿Quién cree Usted que ganó el Debate?



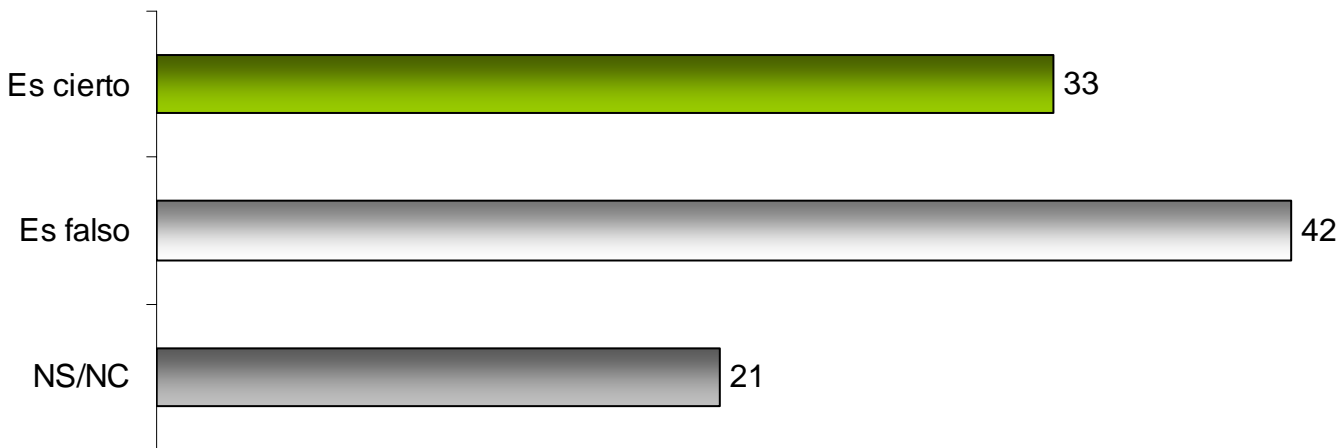
En el Debate López Obrador afirmó que, cuando Felipe Calderón era Srio. de Energía, benefició los negocios de su cuñado. ¿Cree que esto es cierto ó falso?



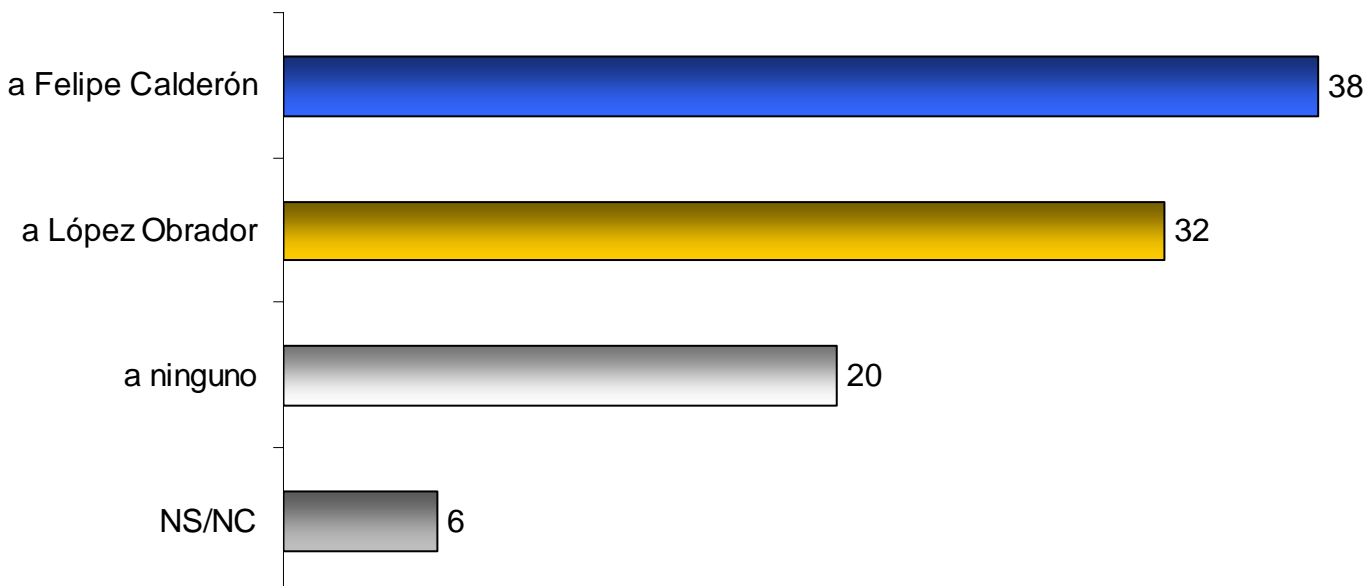
¿Qué tanto cree Usted que el asunto del cuñado perjudique a Felipe Calderón?



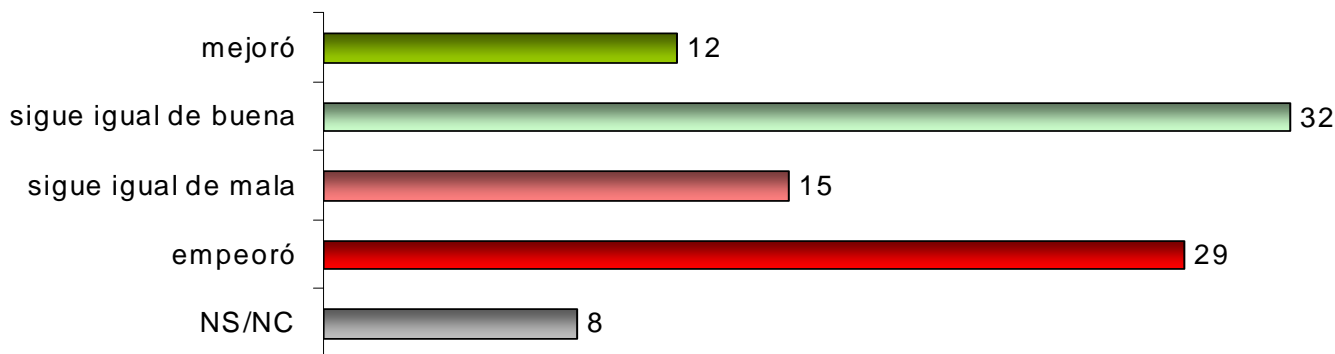
Felipe Calderón afirmó que durante su gestión como Srio. de Energía no otorgó ningún contrato a su cuñado, ¿Cree Usted que ésto es cierto ó falso?



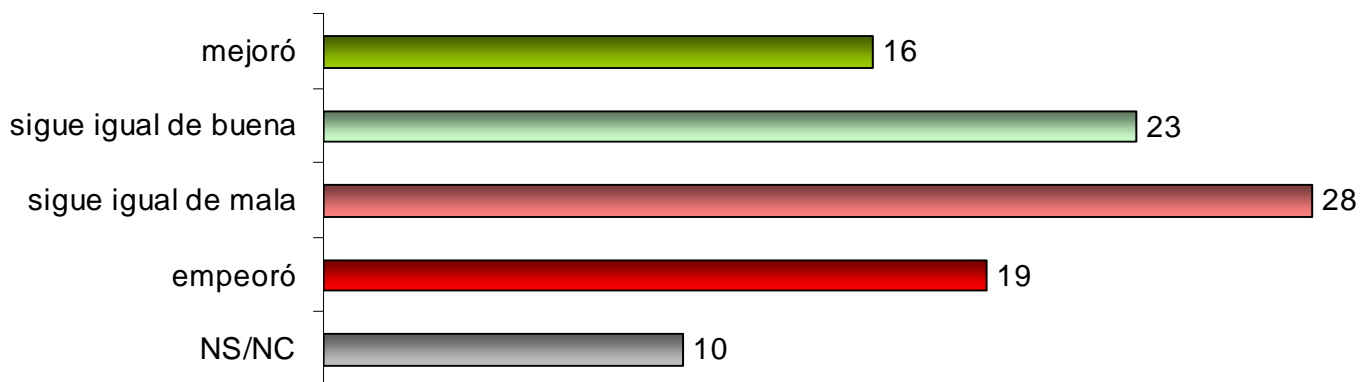
¿A quién le cree Usted más?



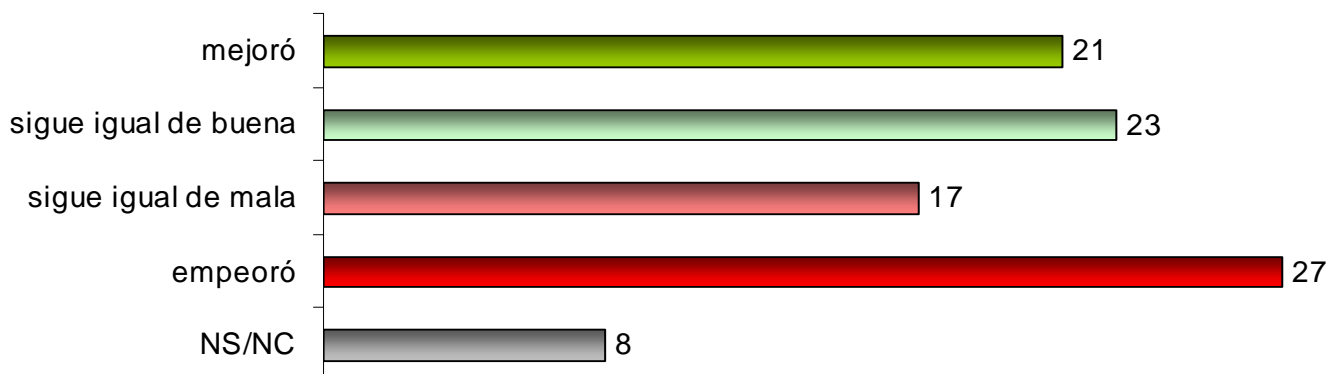
Después de escuchar estos acontecimientos, la imagen de Felipe Calderón ...



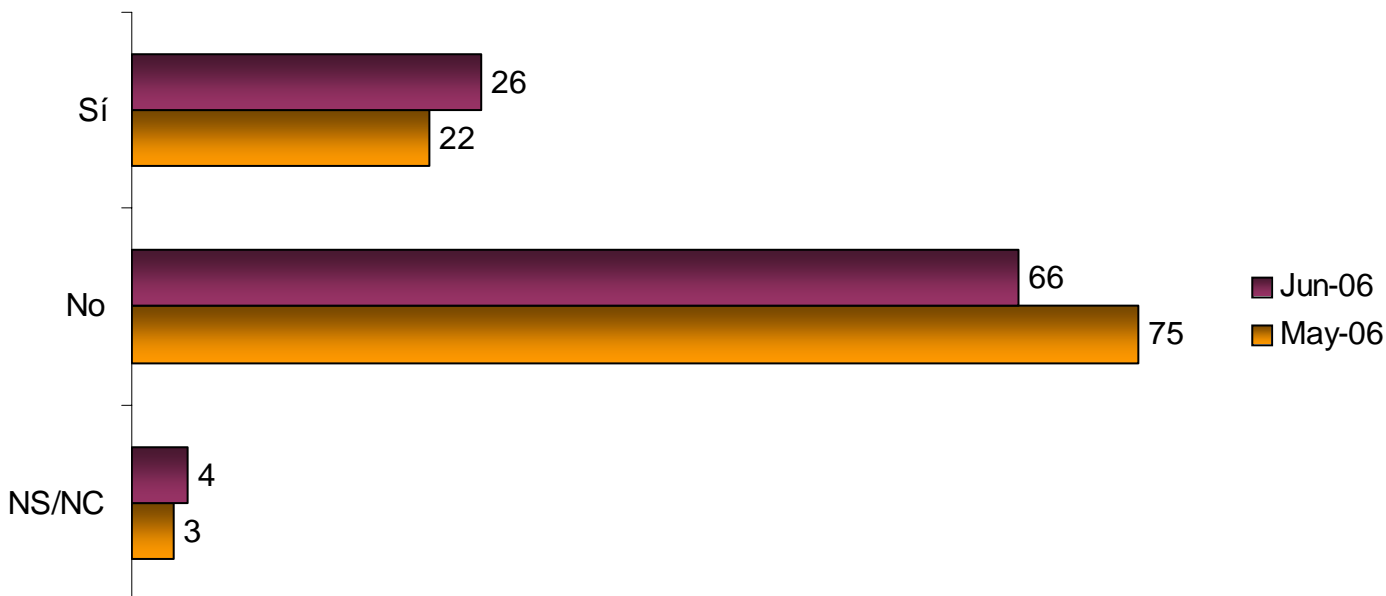
Después de escuchar estos acontecimientos, la imagen de Roberto Madrazo ...



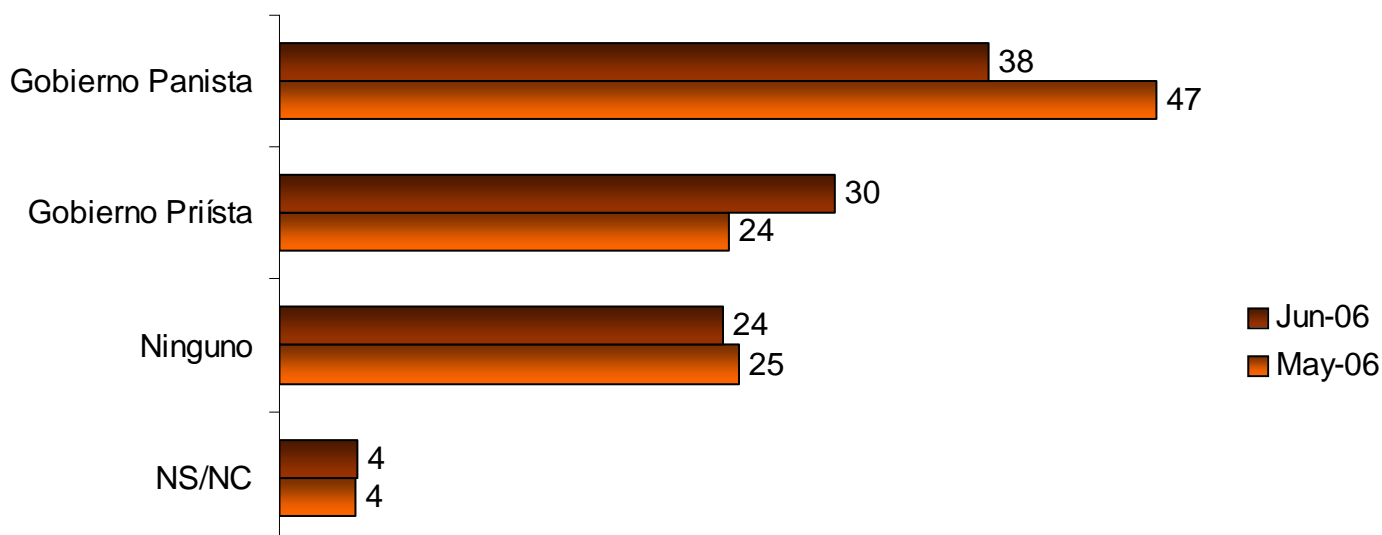
Después de escuchar estos acontecimientos, la imagen de López Obrador ...



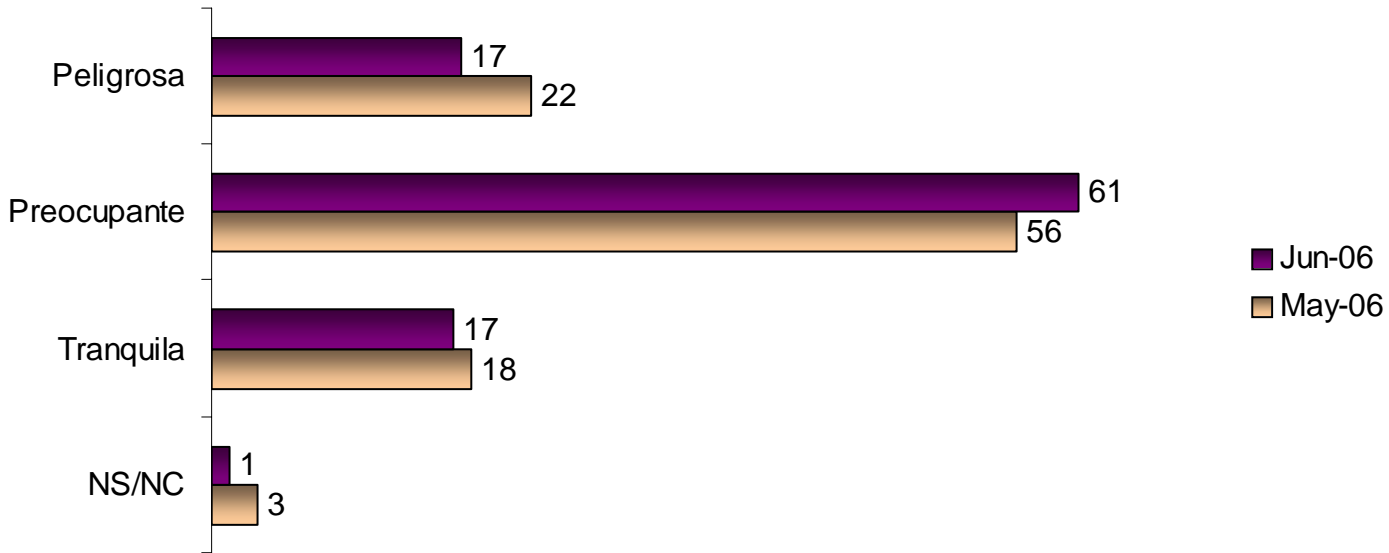
Cuando oye un pronunciamiento de Roberto Madrazo, por lo general, ¿Tiende Usted a creerle?



En lo personal, ¿con qué gobierno le ha ido mejor a Usted?



¿Cómo ve usted la situación política del país?



Nivel de confianza en

	Promedio	
	Mayo	Junio
<i>El IFE</i>	67	70
<i>La Televisión</i>	59	67
<i>Elecciones</i>	57	60
<i>Presidencia de la República</i>	56	53
<i>El PAN</i>	50	48
<i>Periódicos</i>	49	47
<i>Felipe Calderón</i>	49	47
<i>López Obrador</i>	42	41
<i>El PRD</i>	43	40
<i>El PRI</i>	39	37
<i>Roberto Madrazo</i>	36	36
<i>Sindicatos</i>	37	30

En cumplimiento del artículo 190 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y del acuerdo **CG282/2005** del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) de fecha 19 de diciembre del 2005, Consultores y Marketing Político, S. C. pone a disposición la metodología utilizada para la realización de su Tercera Encuesta Nacional Electoral presentada el día 21 de junio de 2006.

Asimismo, Consultores y Marketing Político S.C. garantiza la verificabilidad de los cuestionarios, además se obliga y garantiza a conservar todos y cada uno de los programas de cómputo y bases de datos que se hayan utilizado para realizar la muestra electoral. Además, conservará dicha información hasta que el IFE haya publicado los resultados oficiales de la elección para Presidente de la República.

El 21 de junio Consultores y Marketing Político S. C. dio a conocer mediante su página de Internet www.marketingpolitico.com.mx y en boletín los resultados de su Tercera Encuesta Nacional sobre intención de voto para la elección de Presidente de la República, a continuación se describe la nota metodológica de la misma.

La encuesta fue patrocinada por Consultores y Marketing Político S.C., con dirección en Carr. Picacho Ajusco #130, int. 502 A, Col. Jardines de la Montaña, Tlalpan, D.F., CP 14210, Tel. 5631-1921 y 2046.

Consultores y Marketing Político S.C. diseñó el cuestionario, la muestra, capturó los resultados y elaboró las gráficas. Trabajos Especializados de Campo S.A. de C.V. se encargó del levantamiento de los cuestionarios.

Consultores y Marketing Político S.C. ordenó la publicación del estudio en cuestión.

Encuesta levantada del 16 al 19 de junio del presente, a nivel nacional entre 1,200 ciudadanos con credencial de elector.

Población objetivo: Población mayor de 18 años en el territorio Nacional. Ésta consistió de hombre y mujeres mayores de 18 años que viven en el territorio nacional y que cuentan con credencial de elector actualizada. El levantamiento de campo fue realizado entre el 16 y 19 de junio del 2006.

El cuestionario fue aplicado cara a cara a las personas entrevistadas en su domicilio.

Se realizaron 1,200 cuestionarios. Muestreo: partir de la lista nominal de electores del Instituto Federal Electoral se eligieron 100 secciones electoral dónde se levantaron 12 cuestionarios por punto muestral. De acuerdo al listado nominal de cada entidad federativa se eligió un determinado número puntos muestrales. Posteriormente se realizó un muestreo estratificado por los criterios urbano, mixto y rural de cada entidad federativa. La selección de secciones fue aleatoria con salto sistemático con probabilidad de selección proporcional al tamaño. Finalmente se eligieron para cada estrato de cada entidad federativa secciones considerando el desempeño electoral de los partidos en las elecciones federales del 2003.

Margen de error de la pregunta electoral considerando a las 1,013 personas que contestaron la pregunta electoral es de +/- 3.3% con un intervalo de confianza del 95%. La intención de voto para Presidente de la República se recalculó sin considerar el número de personas que no contestaron la boleta electoral.

Los datos de toda la encuesta fueron ponderados de acuerdo al género reportado por el IFE en la proporción de 48.15% para hombres y 51.85% para mujeres.

Una vez que el encuestador ubico la sección en muestra eligió al azar una vivienda y entrevistó a la persona que abriera la puerta y que fuera mayor de 18 años y además contara con credencial de elector. Para selección a la siguiente persona contaron cuatro viviendas en el sentido de las manecillas del reloj y se eligió a la persona que abriera la puerta en la quinta vivienda.

Nota metodológica



Consultores y Marketing Político, S.C.

Se supervisó el levantamiento de campo en dos formas: la primera directa en campo uno de cada diez secciones fueron supervisadas directamente en campo para supervisar la forma en la que se aplicaba la metodología; la segunda fue regresar a las secciones donde se levantó la encuesta para supervisar que efectivamente la gente hubiera levantado la encuesta dónde señalaron que la levantaron.

Personal involucrado en la encuesta:

60 encuestadores

15 supervisores 1 supervisor por cada 4 encuestadores

3 coordinadores de campo

1 coordinador general de campo

8 capturistas

2 analistas de sistemas

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Localidad		Género	
<i>Urbana</i>	72%	Hombre	50
<i>Rural</i>	28%	Mujer	50
Edad		Ingresos	
<i>Menos de 30</i>	28	Bajo	55
<i>De 30 a 50</i>	42	Medio	28
<i>Más de 50</i>	30	Alto	5
Escolaridad		NS/NC	12
<i>Primaria o menos</i>	38		
<i>Secundaria</i>	25		
<i>Preparatoria</i>	22		
<i>Universidad</i>	15		