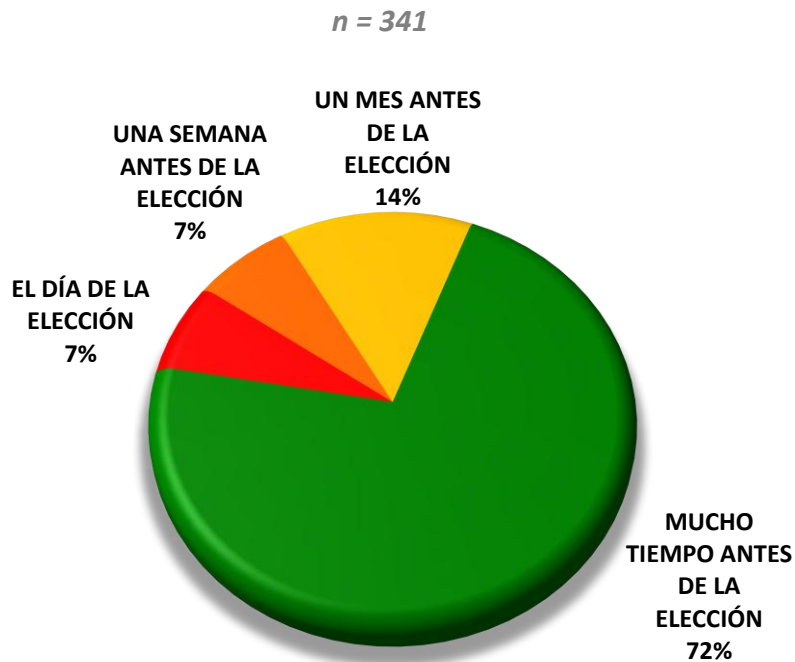


ENCUESTA POSTELECTORAL

La presente encuesta POST ELECTORAL se levanta 5 a 6 días después de la elección con el objeto de conseguir indicadores que ayuden a comprender lo que ocurrió en la última semana del proceso electoral en la que ya no se publican encuestas, se cierran las campañas, hay tres días de silencio y se culmina con la jornada electoral.

EL MOMENTO DE LA DECISIÓN Y EL VOTO

14% de los entrevistados señaló que había tomado la decisión de por quién votar, una semana antes de la elección (7%) o el mismo día de la misma (7%). Esta es la porción de electores que escapa al registro de la última evaluación que puede ser publicada.



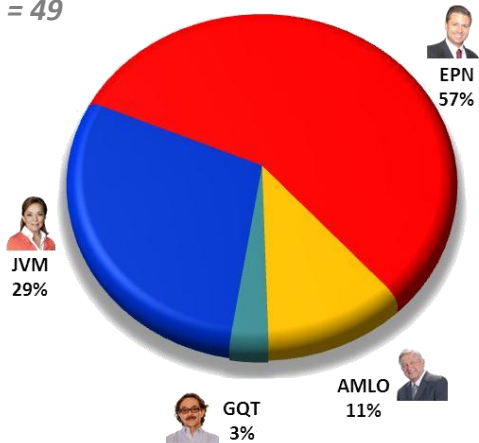
¿Cómo se distribuyó el voto de los que tomaron la decisión tardíamente vs los que la tomaron anticipadamente?

Entre los que tomaron la decisión tardíamente (en el último momento) se aumenta “significativamente” la proporción de votantes a favor de EPN y JVM y se disminuye la de votantes a favor de AMLO. Esto nos habla de que la decisión del voto a favor de AMLO se tomó más anticipadamente que la decisión del voto a favor de EPN y JVM y/o de que en el último momento (días de silencio y día de la elección) ocurre algo que aumenta el voto a favor de EPN y JVM.

Nota: Cabe aclarar que este análisis se emplea como referencia del voto la distribución encontrada en esta misma encuesta.

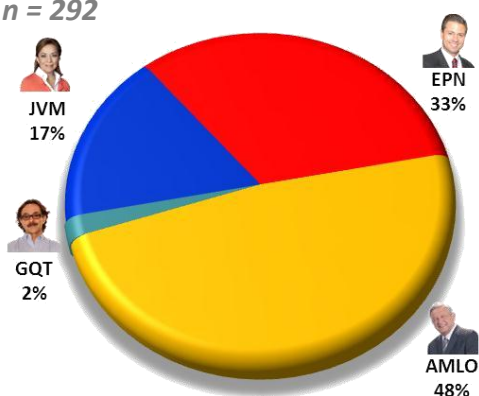
VOTO DECISIÓN TARDÍA

n = 49



VOTO DECISIÓN ANTICIPADA

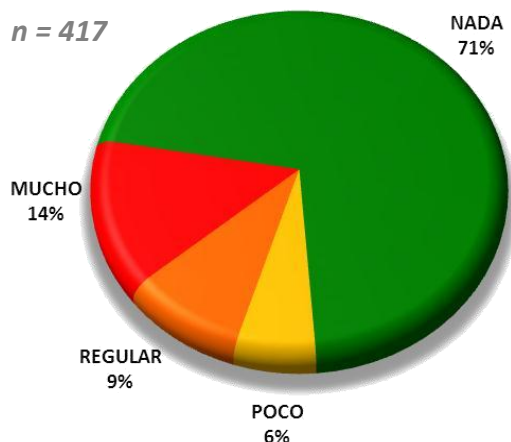
n = 292



EL MIEDO A AMLO Y EL VOTO

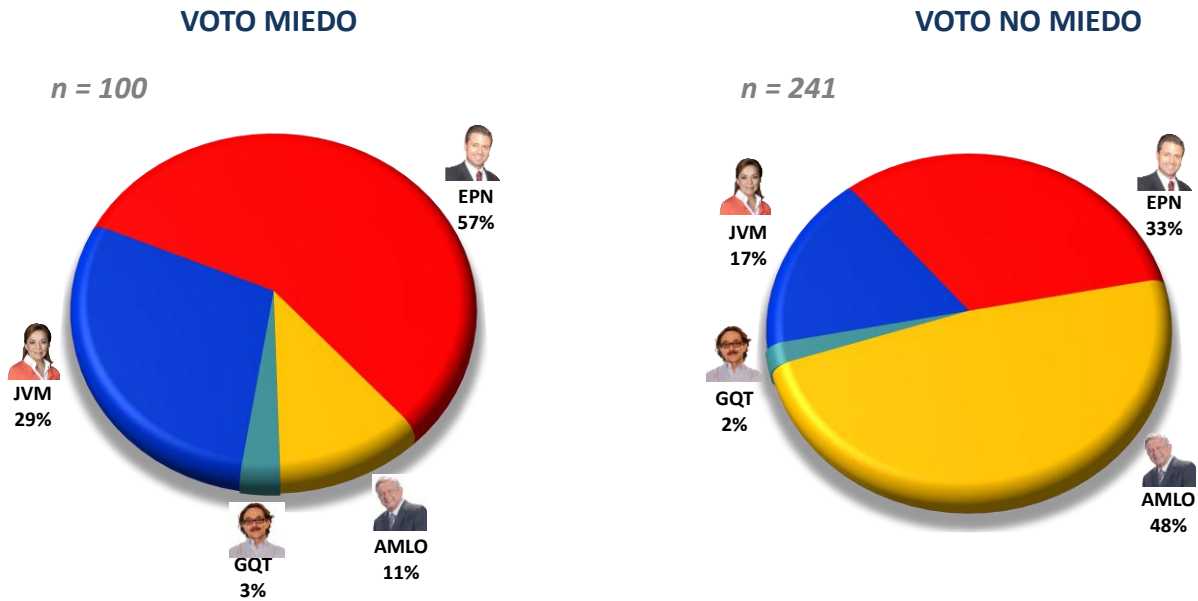
El 29% de los respondientes afirmó que tenía “mucho , algo o poco” de miedo de que llegara AMLO a la Presidencia de la República y el 71% restante dijo que no tenía “nada” de miedo.

n = 417



¿Cómo se distribuyó el voto de los que tenían miedo vs los que no tenían?

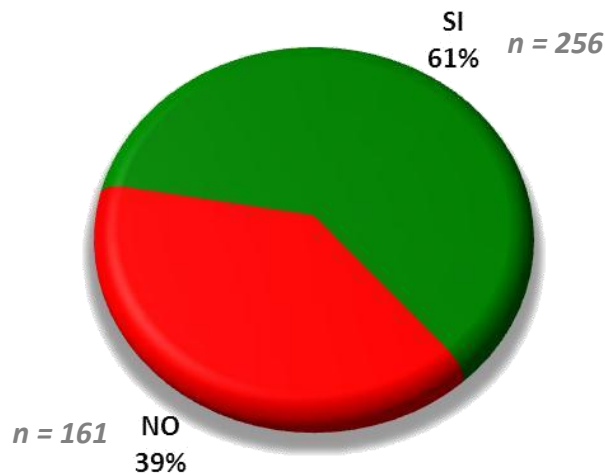
Obviamente entre los que tenían miedo el voto a favor de AMLO, disminuye significativamente aumentándose el voto a favor de EPN.



LA RECORDACIÓN AYUDADA DE LA CAMPAÑA NEGATIVA DEL PAN EN CONTRA DE AMLO

La pregunta expresa que se empleó para explorar la recordación de esta campaña fue la siguiente:

“¿Vió escuchó los anuncios en contra de AMLO en los que se decía que hay personas que nunca cambian y se veían escenas de la elección pasada?” **61% de los entrevistados respondió afirmativamente a la pregunta.** <http://www.youtube.com/watch?v=XXgYUImKlo>



RECORDACION COMPROBADA

A fin de comprobar la recordación de la campaña se les pidió a los respondiente que habían dicho que sí la recordaban (61% N=256) que citaran alguna escena que apareciera en el anuncio que se estaba explorando. Entre éstos, el 61% (N=156/256) mencionó escenas relevantes , demostrando con esto que sí recordaban la campaña. En consecuencia **la recordación comprobada de la misma fue del orden del 39%** y las escenas que mencionaron se enlistan a continuación:

ESCENAS MENCIONADAS ESPONTÁNEAMENTE	%
PASEO DE LA REFORMA BLOQUEADO	61
AMLO DICIENDO AL DIABLO CON SUS INSTITUCIONES	15
AMLO CON CARA DE ENERGÚMENO	7
LA VÍA ARMADA UNA POSIBILIDAD PARA LOGRAR LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PUEBLOS/MAYO 2012 TLATELOLCO	6
ESTO NO ES HONESTIDAD/ BEJARANO Y LOS VIDEO ESCÁNDALOS	5
AMLO NO ES DEMOCRACIA	4
VAMOS A IMPEDIR LA APERTURA DE NUEVOS POZOS PETROLEROS	1
TOTAL	100

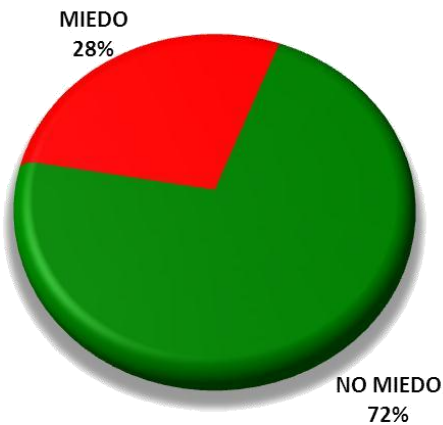
LA RECORDACION DE LA CAMPAÑA Y EL MIEDO

¿Los que recordaban comprobadamente la campaña tenían más, igual o menos miedo que aquéllos que no la recordaban en absoluto?

Son prácticamente iguales las proporciones de “miedo y no miedo” entre los que sí recordaban comprobadamente la campaña y los que no la recordaban. Entre los que sí la recordaban el miedo pesó 28% y el no miedo 72% y entre los que no la recordaban el miedo pesó 32% de miedo y el no miedo 68%. Esto nos habla de que el miedo actual no depende de la recordación de la campaña porque presumiblemente éste existía ya desde antes, desde el 2006 y la campaña del 2012 sirvió no para inducirlo sino solamente para hacerlo presente.

SÍ RECORDACIÓN COMPROBADA

n = 156



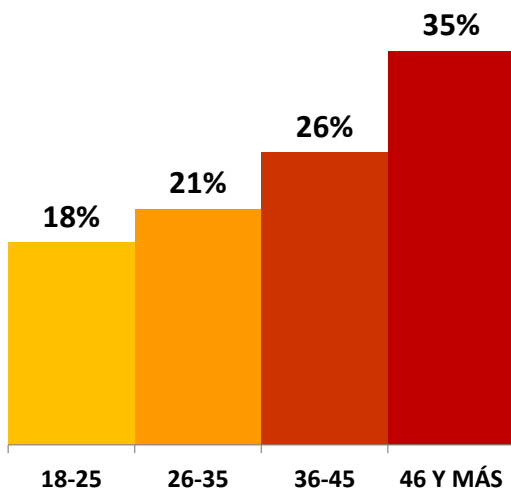
NO RECORDACIÓN

n = 161



CRUCE. EDAD VS MIEDO

n = 122



Prueba de esto último es el análisis de la edad cruzada por el miedo en el que se puede apreciar que el miedo aumenta en la medida en que se incrementa la edad. En otras palabras, los jóvenes tienen menos miedo que los mayores porque no tienen el nivel de recordación de la contienda del 2006 que tienen los de más edad

LOS NEGATIVOS ACTUALES DE AMLO

Finalmente a los entrevistados que habían expresado que no habían votado por AMLO (57%) se les pidió que mencionaran las razones por las que habían adoptado esta decisión. De esta proporción sólo el 36% mencionó razones, las cuales se muestran en la siguiente tabla:

<i>n = 147</i>	%
SU MANERA DE SER/ NO ME AGRADA	18
NO ME INSPIRA CONFIANZA/ SEGURIDAD, FALSO, HIPÓCRITA, MENTIROSO/ NO CUMPLE	15
SU POLÍTICA/ POPULISTA/SU GOBIERNO SOCIALISTA/ES COMO HUGO CHÁVEZ	15
CONFLICTIVO, AGRESIVO, VIOLENTO/ DÉSPOTA	15
ESTA LOCO/ INCOHERENTE/INCONGRUENTE	15
ES NECIO/ TERCO, INTOLERANTE	10
HACE 6 AÑOS HIZO UN PLANTÓN EN REFORMA	10
NO TIENE CAPACIDAD/ NO ESTA PREPARADO, LE FALTA CULTURA	6
NO CREO EN SU PROYECTO/NO ME GUSTA SU POLÍTICA ECONÓMICA	5
NO ME AGRADA SU PARTIDO/ CONFLICTOS/ EL MAS CORRUPTO	4
HUBO MUCHA CORRUPCIÓN EN SU GOBIERNO	3
ES MUY HABLADOR	3
POR POSTULARSE VARIAS VECES	2
EL PAÍS SE IRÍA A LA RUINA/ HABRÍA DEVALUACIÓN	2
NO ME GUSTA SU FORMA DE EXPRESARSE	2
NECESITAMOS GENTE JOVEN, EL ES MAYOR	2
CAMBIA DE UN PARTIDO A OTRO	1
CRITICA A LAS INSTITUCIONES	1

RESPUESTA MULTIPLE: LOS RESULTADOS NO SUMAN 100

Como puede apreciarse las razones de los que no votaron a favor de AMLO nos refieren al 2006.

Ficha Metodológica. Se trata de una encuesta telefónica de 417 casos, levantada en el lapso comprendido entre los días 05 y 06 de Julio del 2012. El universo del estudio es la población adulta (18 años y más) del País que cuenta con línea telefónica en su hogar. El marco muestral son los Directorios Blancos de las diferentes entidades federativas. El procedimiento de muestreo es polietápico aleatorio en el que la primera unidad de muestreo es la página y la última el número telefónico. El error teórico de estimación correspondiente a la N utilizada es de +-4.80% al 95% de confianza. La encuesta fue patrocinada por Covarrubias y Asociados S.C.