



ESTUDIO NACIONAL ELECTORAL DE MÉXICO ENEM 2012

Resultados de la encuesta preelectoral, a votantes, funcionarios de
casilla y poselectoral realizada por el
Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE)

Diciembre de 2013

Índice

I.	PRESENTACIÓN	9
1	<i>Antecedentes</i>	10
2	<i>Propósitos y objetivos</i>	18
II.	METODOLOGÍA DE LOS ESTUDIOS	20
1	<i>Características de los estudios re y poselectoral</i>	20
2	<i>Marcos muestrales de los estudios pre y poselectoral</i>	20
3	<i>Diseño muestral de los estudios pre y poselectoral</i>	20
III.	METODOLOGÍA DEL ESTUDIO A VOTANTES (ENCUESTA DE SALIDA)	24
IV.	METODOLOGÍA DEL ESTUDIO A FUNCIONARIOS DE CASILLA	25
V.	RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO PREELECTORAL	27
1	<i>Módulo de preferencias electorales</i>	27
2	<i>Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso</i>	29
3	<i>Módulo CSES: Gasto Público/Gasto del gobierno</i>	30
4	<i>Módulo CSES: Movilización</i>	31
5	<i>Módulo CSES: Índice de información política</i>	32
5.1	<i>Índice de información política (anterior)</i>	32
5.2	<i>Índice de información política (nuevo)</i>	33
6	<i>Recordación de Publicidad</i>	33
7	<i>Participación política y clientelismo</i>	34
8	<i>Estereotipos</i>	35
9	<i>Crimen y Seguridad</i>	36
10	<i>Módulo CSES: Datos Socioeconómicos</i>	37
VI.	ANÁLISIS	40
VII.	RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO POSELECTORAL	42
1	<i>Módulo de preferencias electorales</i>	42
2	<i>Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso</i>	45
3	<i>Módulo CSES: Gasto Público/Gasto del gobierno</i>	46
4	<i>Módulo CSES: Movilización</i>	47
5	<i>Módulo CSES: Índice de información política</i>	49
5.1	<i>Índice de información política (anterior)</i>	49
5.2	<i>Índice de información política (nuevo)</i>	50

	6	<i>Recordación de Publicidad</i>	50
	7	<i>Radio y medios de comunicación escritos</i>	51
	8	<i>Participación política y clientelismo</i>	52
	9	<i>Estereotipos</i>	54
	10	<i>Crimen y Seguridad</i>	56
VIII.		RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES HALLAZGOS DE FUNCIONARIOS DE CASILLA Y VOTANTES ...	57
	1	<i>General</i>	57
	2	<i>Sentimientos cívicos</i>	58
	3	<i>Índice de Información Política (viejo)</i>	59
	4	<i>Interés en la política</i>	59
	5	<i>Confianza</i>	60
IX.		CONCLUSIONES Y/O RECOMENDACIONES GENERALES	60
X.		REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
XI.		ANEXO GRÁFICO DE LA ENCUESTA PREELECTORAL	66
	6	<i>Módulo de preferencias electorales</i>	66
	6.1	<i>Participación</i>	66
	6.2	<i>Participación en las elecciones desde que se tiene edad para votar</i>	67
	6.3	<i>Interés y disposición de votar</i>	68
	6.4	<i>Voto en las próximas elecciones presidenciales</i>	69
	6.5	<i>Seguridad de preferencia electoral en las próximas elecciones presidenciales</i>	71
	6.6	<i>Voto en las próximas elecciones para diputados federales</i>	72
	6.7	<i>Escenarios de competencia</i>	74
	6.8	<i>Voto en retrospectiva</i>	75
	6.9	<i>Identidad partidista</i>	76
	6.10	<i>Afinidad de candidatos presidenciales</i>	77
	7	<i>Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso</i>	78
	7.1	<i>Principal problema del país</i>	78
	7.2	<i>Situación actual del país</i>	79
	7.3	<i>Visión retrospectiva del estado de la economía nacional</i>	80
	7.4	<i>Mejora en la calidad de vida</i>	81
	7.5	<i>Diferencias en el nivel de ingreso</i>	81
	7.6	<i>Disminución del ingreso familiar mensual</i>	82
	8	<i>Gasto Público/Gasto del gobierno</i>	83
	9	<i>Eficacia política</i>	84
	10	<i>Movilización</i>	86
	10.1	<i>Contacto Institucional</i>	86

10.2	Contacto personal.....	89
10.3	Registro para obtener información o alertas de la campaña por Internet.....	92
11	<i>Índice de información política</i>	93
11.1	Índice de información política (nuevo).....	93
11.1.1	Nombre del Secretario de Hacienda.....	93
11.1.2	Tasa de desempleo en México	94
11.1.3	Información política: Partido que tiene el segundo lugar en la Cámara de Diputados.....	95
11.1.4	Información política: Nombre del Secretario General de las Naciones Unidas	96
11.1.5	Índice de información política (nuevo).....	97
11.2	Índice de información política (anterior)	97
11.2.1	Cámaras que tiene el Congreso de México	97
11.2.2	Años que dura un diputado en su cargo (puesto)	98
11.2.3	Nombre del actual gobernador de su estado	98
11.2.4	Índice de Información Política (Anterior)	99
12	<i>Recordación de Publicidad</i>	100
12.1	Recordación de publicidad de Josefina Vázquez Mota.....	100
12.2	RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE JVM (espontánea)	102
12.3	Recordación de publicidad del Enrique Peña Nieto.....	104
12.4	RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE EPN	107
12.5	Recordación de publicidad del Andrés Manuel López Obrador.....	109
12.6	RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE AMLO (espontánea)	111
12.7	Recordación de publicidad del Gabriel Quadri de la Torre.....	112
12.8	RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE GABRIEL QUADRI (espontánea).....	114
12.9	Recordación de publicidad del Partido Verde	115
12.10	RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DEL PVEM (espontánea).....	117
13	<i>Participación política y clientelismo</i>	119
13.1	Apoyo general a los candidatos y/o partidos.....	119
13.2	Apoyo económico a los candidatos y/o partidos.....	120
13.3	Regalos al entrevistado.....	121
13.4	Regalos en su colonia	124
14	<i>Estereotipos</i>	127
14.1	El color de piel del candidato(a) no importa para decidir por quien votar	127
14.2	Preferencia de mejor actuación en el gobierno según género.....	128
14.3	Explicación de la desigualdad económica por género.....	129
14.4	México listo para tener una mujer presidenta.	129
15	<i>Crimen y Seguridad</i>	130
15.1	Percepción sobre la seguridad.....	130

15.2	Afectación de la violencia por el crimen organizado a nivel local	131
15.3	Responsables de la situación de seguridad y el combate contra el crimen organizado	132
16	<i>Datos Socioeconómicos</i>	133
XII.	ANEXO GRÁFICO: ANÁLISIS DEL ESTUDIO PREELECTORAL	152
XIII.	ANEXO GRÁFICO DEL ESTUDIO POSELECTORAL	162
1	<i>Módulo de preferencias electorales</i>	162
1.1	Participación	162
1.2	Voto en las elecciones para Presidente de la República	163
1.3	Cambio en la preferencia electoral	164
1.4	Candidatos por los que nunca hubiera votado	165
1.5	Voto estratégico	166
1.6	De qué se trató la elección principalmente	167
1.7	Participación en las elecciones para diputados federales	168
1.8	Voto en las elecciones para diputados federales	169
1.9	Participación en las elecciones para senadores	170
1.10	Voto en las elecciones para senadores	171
1.11	Voto y preferencia electoral en retrospectiva	172
1.12	Identidad partidista	173
1.13	Afinidad de candidatos presidenciales y de partidos políticos	177
2	<i>Módulo de ubicación de los partidos políticos, candidatos presidenciales y personal en el espectro político</i>	179
2.1	Ubicación de los partidos políticos: Izquierda y derecha	179
2.2	Ubicación de los candidatos presidenciales: Izquierda y derecha	180
2.3	Ubicación personal: Izquierda y derecha	181
2.4	Ubicación de los partidos políticos: Liberal y conservador	182
2.5	Ubicación de los candidatos presidenciales: Liberal y conservador	183
2.6	Ubicación personal: Liberal y conservador	184
3	<i>Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso</i>	186
3.1	Principal problema del país	186
3.2	Situación actual del país	187
3.3	Satisfacción con la democracia en México	187
3.4	Acuerdo con el Presidente	188
3.5	Postura ante el riesgo	189
3.6	Visión retrospectiva del estado de la economía nacional	190
3.7	Mejora en la calidad de vida	191
3.8	Diferencias en el nivel de ingreso	191

3.9	Disminución del ingreso familiar mensual.....	192
3.10	Percepción y responsable de la situación económica personal.....	193
3.11	Percepción y responsable de la situación económica del país.....	194
4	<i>Módulo CSES: Gasto Público/Gasto del gobierno</i>	195
5	<i>Eficacia Política</i>	196
6	<i>Movilización</i>	199
6.1	Contacto Institucional.....	199
6.2	Contacto personal.....	202
6.3	Registro para obtener información o alertas de la campaña por Internet.....	205
7	<i>Índice de información política</i>	206
7.1	Índice de información política (nuevo).....	206
7.1.1	Nombre del Secretario de Hacienda.....	206
7.1.2	Información política: Tasa de desempleo en México.....	206
7.1.3	Información política: Partido que tiene el segundo lugar en la Cámara de Diputados.....	207
7.1.4	Nombre del Secretario General de las Naciones Unidas.....	207
7.1.5	Índice de información política (nuevo).....	208
7.2	Índice de información política (anterior).....	209
7.2.1	Cámaras que tiene el Congreso de México.....	209
7.2.2	Años que dura un diputado en su cargo (puesto).....	209
7.2.3	Nombre del actual gobernador de su estado.....	210
7.2.4	Índice de Información Política (Anterior).....	211
8	<i>Recordación de Publicidad</i>	212
8.1	Recordación de publicidad de Josefina Vázquez Mota.....	212
8.2	Recordación de publicidad de Enrique Peña Nieto.....	214
8.3	Recordación de publicidad de Andrés Manuel López Obrador.....	217
8.4	Recordación de publicidad de Gabriel Quadri de la Torre.....	219
9	<i>Participación Política y clientelismo</i>	221
9.1	Acciones políticas realizadas.....	221
9.2	Probabilidad de participar en acciones políticas.....	222
9.3	Acciones más eficaces para que el gobierno atienda las demandas de los ciudadanos.....	222
9.4	Apoyo general a los candidatos y/o partidos.....	223
9.5	Apoyo económico a los candidatos y/o partidos.....	224
9.6	Regalos al entrevistado.....	225
9.7	Regalos en su colonia.....	228
10	<i>Estereotipos</i>	232
10.1	Color de piel.....	232
10.2	Género.....	234

11	<i>Crimen y Seguridad</i>	235
11.1	Percepción sobre la seguridad	235
11.2	Afectación de la violencia por el crimen organizado a nivel local	236
11.3	Responsables de la situación de seguridad y el combate contra el crimen organizado	237
12	<i>Comunicación política durante la campaña</i>	238
12.1	Medios de comunicación y anuncios: televisión y radio	239
12.2	Medios de comunicación y anuncios: periódicos e Internet	240
13	<i>Comunicación política durante la campaña</i>	241
13.1	Aceptación o no de vivir con personas diferentes	241
14	<i>Propiedades</i>	242
15	<i>Datos Socioeconómicos</i>	243
XIV.	ANEXO GRÁFICO DEL ESTUDIO DE VOTANTES Y FUNCIONARIOS DE CASILLA	262
1.	Votantes	262
1.1.	Módulo de preferencia electoral	262
1.1.1.	Posibilidad de ejercer el voto	262
1.1.2.	Preferencia electoral para Presidente de la República	263
1.1.3.	Momento de la decisión del voto	265
1.1.4.	Voto retrospectivo	266
1.1.5.	Volatilidad del votante	267
1.1.6.	Identidad partidista	268
1.2.	Módulo de la situación general del país	269
1.2.1.	Situación actual del país	269
1.2.2.	Acuerdo con la forma de gobernar	269
2.	Funcionarios	271
2.1.	Características del funcionario	271
2.2.	Opinión sobre la capacitación del IFE	273
2.3.	Orgullo de vivir bajo el sistema político mexicano	275
3.	Votantes y funcionarios	276
3.1.	Eficacia Política	276
3.1.1.	Importa qué partido político está gobernando el país	276
3.1.2.	El voto influye	277
3.1.3.	Elecciones limpias	278
3.1.4.	Mejor método para atender demandas ciudadanas	279
3.1.5.	Satisfacción con la democracia	280
3.2.	Sentimientos cívicos	281
3.2.1.	Voto como obligación	281
3.3.	Módulo de Índice de Información Política	282

3.3.1.	Cámaras que tiene el Congreso de México.....	282
3.3.2.	Años que dura un diputado en su cargo	283
3.3.3.	Nombre del actual gobernador de su estado	284
3.3.4.	Índice de información política.....	285
3.4.	Interés en la política.....	286
3.4.1.	Seguimiento de la campaña electoral	286
3.5.	Confianza en el IFE.....	287
4.	Socioeconómicos (Votantes)	288
4.1.	Generales	288
5.	Socioeconómico votantes y funcionarios	293

I. PRESENTACIÓN

ESTUDIO NACIONAL ELECTORAL MEXICANO 2012

El Estudio Nacional Electoral Mexicano (ENEM) es un proyecto para recabar datos sobre opinión pública, participación política y comportamiento de los votantes a través de encuestas realizadas en distintos momentos del proceso electoral. Su intención es producir indicadores que sean comparables en el tiempo y el espacio. Sirve para atender la demanda de información de calidad que enfrentan científicos sociales, docentes, estudiantes, periodistas, legisladores, funcionarios públicos y autoridades electorales.

Es de esta manera que el ENEM realizó dos levantamientos para tener información de los votantes durante y después del proceso electoral de 2012. Asimismo, el día de la jornada electoral se levantó una encuesta a una muestra de funcionarios de casilla y a otra de votantes para recabar información sobre los efectos de la capacitación electoral en las actitudes cívicas.

El investigador responsable del proyecto es Rosario Aguilar Pariente, profesora de la División de Estudios Políticos del CIDE. En el diseño de cuestionario participó el Comité de Investigadores del ENEM. El diseño de muestra, la capacitación de los encuestadores, la validación de datos y la realización de los primeros análisis de resultados estuvieron a cargo del Comité de Investigadores del ENEM así como de Ulises Beltrán, Olivia Pérez, Patricia Mendiola, Marissa Ariza y Giancarlo Giordano. El levantamiento de campo estuvo a cargo de la empresa Licea SINOP, bajo la coordinación de Juan Carlos Licea.

Ahora presentamos los resultados de los levantamientos pre y poselectorales, así como el estudio de los votantes y funcionarios de casilla. Para las encuestas pre y poselectoral se utilizó parte de la encuesta del *Comparative Study of Electoral Systems* (CSES) y se les agregó diferentes módulos para obtener información sobre el desarrollo de las campañas y las actitudes políticas de los ciudadanos en el transcurso de éstas.

El CSES es un proyecto de colaboración con más de cincuenta estudios nacionales alrededor del mundo. El proyecto desarrolla bases de datos a nivel individual de los países participantes con respuestas a un conjunto de preguntas comunes para comprender los efectos de los diversos arreglos institucionales en el comportamiento electoral y las perspectivas sobre el funcionamiento de la democracia. Las bases de datos de los estudios nacionales están disponibles al público en el Acervo de Información sobre Opinión Pública de la Biblioteca del CIDE. Las bases de todos los países participantes en el CSES se pueden obtener directamente en su sitio web <http://www.cses.org/>.

El Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) decidió participar en el proyecto desde su inicio con dos propósitos, por un lado, contribuir al proyecto del CSES y, por el otro, levantar un estudio nacional con un cuestionario más amplio que fuese sentando las bases de un estudio continuo sobre las elecciones nacionales. Este estudio nacional pretende ir creando series que con el tiempo se constituyan en la base de estudios diacrónicos, así como introducir temas de interés para la comunidad académica y la sociedad en general.

Es así que para la encuesta preelectoral se utilizaron preguntas del CSES y además se agregaron ciertos módulos para enriquecer la investigación electoral. Entre estos módulos se encuentra la recordación de publicidad de los candidatos presidenciales, el efecto de los estereotipos de género y apariencia en los votantes, la participación política y el clientelismo, la percepción del crimen y seguridad en nuestro país. Estas preguntas se repitieron en la encuesta poselectoral para evaluar el efecto de las campañas sobre las actitudes de la ciudadanía en estos temas.

1. Antecedentes

Origen y módulos del CSES

El *Estudio Comparado de Sistemas Electorales (Comparative Study of Electoral Systems CSES)*¹ inició en 1994 como una respuesta al llamado que hizo Stein Rokkan para realizar una agenda de investigación coordinada con el objetivo de explorar “los contextos estructurales de las reacciones de los individuos a la política” (Rokkan 1970, p. 15). A pesar de que existe una amplia colección de datos multinacionales que ha enriquecido el estudio comparado de la opinión pública, no existía un estudio para conocer cómo los sistemas electorales inciden en el comportamiento de los ciudadanos. Con esa finalidad surgió el CSES.

La convocatoria original identificó tres temas generales alrededor de los cuales se debía organizar este esfuerzo de colaboración internacional:

1. Las instituciones electorales (sistemas parlamentarios versus presidenciales, las reglas electorales sobre la votación y la conversión de votos en curules y los partidos políticos).
2. El papel que juegan los partidos como instituciones que encapsulan el conflicto político.
3. La naturaleza de los alineamientos políticos ante el cambio social.

¹ La explicación del CSES es una extracción del siguiente artículo: Ulises Beltrán, “Contextos institucionales y decisiones individuales: Cuarta Encuesta Nacional CIDE-CSES”, *Política y Gobierno*, vol. XIV, No. 2, II Semestre de 2007.

Las instituciones electorales determinan la distribución del poder, le dan forma a la manera como los políticos buscan sus objetivos y delimitan los recursos de los ciudadanos para controlar a sus gobiernos. Del mismo modo, si bien sabemos mucho sobre la manera como los votos se convierten en curules, sabemos poco sobre su impacto en la manera cómo contribuyen a estructurar los sistemas de creencias y el comportamiento de los votantes, o sobre el modo como “encapsulan” el conflicto político. Finalmente, el proyecto del CSES busca proveer información para conocer las consecuencias políticas de los cambios económicos y sociales de las últimas décadas.

De esa convocatoria original surgió el CSES. Cada estudio está formado por los resultados de una encuesta de representatividad nacional levantada pocas semanas después de la elección de cada país participante y por una base de datos con información macro sobre las instituciones del país, los partidos participantes y, en general, sobre la elección estudiada.

El CSES cuenta ya con la colaboración de más de cincuenta estudios nacionales alrededor del mundo. Las bases de datos de los estudios que se han realizado en México están disponibles al público en el Acervo de Información sobre Opinión Pública de la Biblioteca del CIDE. Las bases de todos los países participantes en el CSES se pueden obtener directamente en su sitio web <http://www.cses.org/>.

Módulos de investigación

El proyecto inició en 1996 y las rondas de colaboración se han organizado en módulos. Cada módulo es diseñado por el Comité de Planeación del CSES, que es un comité internacional de académicos expertos en estudios de opinión y comportamiento electoral. Cada módulo se realiza en torno a una pregunta teóricamente relevante que el Comité de Planeación analiza hasta concretar en un cuestionario específico. Hasta la fecha se han diseñado cuatro módulos de investigación que sirven para organizar las rondas de colaboración.

El Módulo 1 se concentró en la naturaleza de los clivajes (líneas de conflicto que dividen a las sociedades) y las alineaciones políticas y sociales. El objetivo era evaluar el papel de las clásicas líneas de conflicto en la decisión electoral de las personas (p. ej. clase social) para evaluar si las afirmaciones de Lipset y Rokkan (1967) sobre que el individuo votaba más como miembro de estructuras o grupos sociales explicaba mejor el comportamiento electoral de los ciudadanos que la teoría liberal. La teoría liberal asume que el individuo vota como un ciudadano autónomo libre de la influencia de grupos sociales como sindicatos, clase social, etc. Sin embargo, los cambios sociales han hecho que los clivajes sociales ya no expliquen las decisiones electorales (Inglehart, 1977; Clarke et al., 1980; Rose, 1982; Dalton, Flanagan, y Beck, 1984; Borre, 1984; Dalton, 1988; Dix, 1989; Franklin et al., 1992; Klingemann y Wattenberg, 1992). El paradigma de Lipset y Rokkan implicaba que los ciudadanos votaban, no como los individuos autónomos de la teoría liberal, sino como miembros de estructuras o grupos sociales, pero a medida que los clivajes originales perdieron importancia, se hizo

necesario proponer y explorar nuevas explicaciones de la selección electoral. En esta primera ronda se levantó información sobre 39 elecciones en 33 países, celebradas entre 1996 y 2001. En los estudios CIDE-CSES para las elecciones de 1997 y 2000 se levantó el Módulo 1 del CSES.

El Módulo 2 analizó el contraste entre la visión de las elecciones como un mecanismo que asegura un gobierno responsable y aquella que consideraba a las elecciones como un medio para asegurar que las visiones e intereses de los ciudadanos fueran representados adecuadamente. Se buscó explorar el efecto que tiene este contraste y su materialización en arreglos institucionales sobre la decisión de voto y los niveles de satisfacción con la democracia. El segundo módulo se inició en el año 2002. Este módulo se completó en el año 2005 y participaron 30 países. La encuesta de la elección de 2003 incluyó el Módulo 2 del CSES.

El Módulo 3 indagó sobre la naturaleza de las opciones políticas ofrecidas a los electores y cómo esas alternativas afectan sus decisiones. El enfoque teórico asume que varios fenómenos comunes a las elecciones contemporáneas han llevado a un deterioro del significado real de las ofertas políticas. En primer lugar, los clivajes sociales tradicionales ya no sirven para diferenciar las ofertas de partidos y candidatos. En segundo lugar, en su búsqueda de votos, las ofertas de partidos y candidatos convergen hacia las demandas del votante mediano que se mueve al centro. Finalmente, la “profesionalización” de las campañas políticas, que asigna un papel central a los medios electrónicos y a las técnicas de mercadotecnia política, reducen el conjunto y la complejidad de las opciones ofrecidas al electorado al convertir los temas y las ofertas en sentimientos e imágenes. Las encuestas de poselectorales de 2006 y 2009 incluyen el Módulo 3.

Por último el Módulo 4,² la versión más actualizada del CSES se desarrolló de la siguiente forma. La identificación de los temas a investigar y el desarrollo del cuestionario para el Módulo 4 del CSES fue un trabajo arduo de tres años con distintos investigadores. Comenzó en junio de 2008 cuando el Comité de Planeación del Módulo 3 lanzó la convocatoria para conformar el equipo del Módulo 4. Dentro del nuevo Comité, al igual que en los anteriores, participó el Dr. Ulises Beltrán como representante de México y el CIDE.

En septiembre de 2009 se reunieron los investigadores para decidir el tema central del Módulo 4. Al final se propusieron y discutieron siete temas. Por último, en noviembre se abrió la convocatoria a investigadores externos con el objetivo de recabar más propuestas. El conjunto de ellas se discutió en marzo de 2010 en Budapest. Los temas elegidos fueron los mejor recibidos por todos los colaboradores del CSES.

² La descripción del Módulo 4 es una revisión del siguiente artículo: *The Comparative Study of Electoral Systems (CSES): Module 4 Theoretical Statement*. Aprobado por la Sesión Plenaria del CSES. Ciudad de México, junio 12, 2011: (http://www.cses.org/plancom/module4/CSES_Module4_TheoreticalStatement.pdf).

De tal forma, las tareas del Módulo 4 se dividieron en tres subcomités: a) políticas distributivas y protección social como tema principal; b) contacto y movilización y c) conocimiento político. Es importante destacar que el trabajo del último subcomité estuvo dirigido por Ulises Beltrán.

El trabajo de cada uno de los subcomités se tradujo en tres propuestas presentadas en octubre de 2010 en Tel Aviv, Israel. Con ellas se conformó el primer borrador del cuestionario del Módulo 4 que fue presentado y aprobado en la Ciudad de México en una sesión plenaria del CSES. Los tres ejes que se aprobaron para conformar el Módulo 4 fueron los siguientes:

Política de distribución y protección social

El tema principal del Módulo 4 del CSES es la política de distribución y la seguridad social. Esto hará posible comprobar las interacciones entre la ubicación socioeconómica de los votantes, las preferencias de política pública, las instituciones y las preferencias electorales, así como su consecuencia en política pública. En concreto, este primer tema otorgará la información adecuada para aumentar el conocimiento sobre las fuentes de preferencias de los votantes en relación con las políticas públicas y cómo éstas son evaluadas a través de las instituciones y de su efecto en el comportamiento electoral. Se enfocará principalmente en políticas públicas que afecten la distribución tanto del ingreso como del bienestar a través de mecanismos de seguridad social, aunque también se incluirán otras.

Por un lado, algunas conclusiones de los módulos anteriores del CSES señalan que los sistemas electorales influyen en el comportamiento electoral, pero no tanto, sino que hay otras variables como la polarización ideológica que importa más que las instituciones (Klingemann 2009). Por el otro, hay quienes señalan que sí existe un efecto (Persson y Tabellini 2003) y, algunos se basan en el modelo “termostático” de la capacidad de respuesta democrática cuya hipótesis es que las preferencias en gasto (como de gasto social) están moldeadas significativamente a través de las instituciones. Es decir, el modelo señala que mientras el gasto aumenta, las preferencias ciudadanas tienden a la reducción del mismo, y viceversa. Hasta el momento esto se ha podido constatar en Estados Unidos, Inglaterra y Canadá (Soroka 2003; Soroka y Lim 2003; Soroka y Wlezien 2004, 2005, 2008, 2010; Soroka, Wlezien y MacLean 2006; Wlezien 1995, 1996, 2004; Wlezien y Soroka 2003, 2007). De tal forma, esta sección del módulo ayuda a entender los temas de distribución a diferentes niveles. No sólo en un aspecto ideológico (derecha-izquierda), sino también en situaciones como en Tailandia donde el sistema de partidos se dividió entre los pobres urbanos y la clase media-alta rural (Glassman 2010). Además, se estudiará el cambio de opinión a lo largo del tiempo en varios países que tienen diferentes características.

Ahora bien, si llevamos esto al análisis a nivel individual, los incentivos redistributivos tienden a ser parte del estado de bienestar, y estas preferencias están mediadas a través de las instituciones (Iversen 2005 91-98, 116-118; Iversen y Soskice 2001, 2006). Hay autores que señalan que la desindustrialización ha cambiado la situación laboral haciendo que los trabajos sean más inseguros y, por ende, aumente la demanda sólo por gasto social del gobierno y no necesariamente mayor gasto del gobierno en general (Carnes y Mares 2010). Además, este estudio ayuda a entender la relación de las preferencias políticas con otras variables como la del ingreso, en donde los votantes con bajo ingreso pueden estar más atentos a ciertas preocupaciones, especialmente en países donde la religión moldea las divisiones sociales (o clivajes) (Alesina y Giliano 2009; De La O y Rodden, 2008). Por ejemplo, las hipótesis detrás de esta relación es que las personas más pobres no apoyarán altos niveles de redistribución porque tienen la esperanza de que su situación mejorará en el largo plazo (Benabou y Ok 2001), en otras palabras, las preferencias individuales de distribución dependen de la expectativa en el futuro del ingreso (Alesina y Ferrara 2005).

El tema de ingreso y distribución de la riqueza y protección social ofrece la oportunidad de investigar cómo las condiciones después de una recesión global pueden afectar y moldear las percepciones ciudadanas y su comportamiento político. No sólo esto, sino que gracias al diseño macro y micro del CSES, se tienen los medios para estimar los efectos relativos de estos países y las diferencias individuales de preferencia electoral y de política pública, directa e indirecta (Dalton y Anderson 2011, 243-245). De esta forma, enriquecen el estudio, tanto para comparar a México con países parecidos como para ver las diferencias según los arreglos institucionales.

Movilización

El interés por incluir la movilización dentro del Módulo 4 se debió al aumento en el uso de técnicas profesionales y tecnológicas en movilización política. La idea fue poner a prueba ciertos supuestos de la literatura sobre cómo las técnicas de mercadotecnia y métodos electrónicos afectan la alineación o desmovilización de los electores. Se buscó especificar y comparar la variedad de opciones que tienen los partidos para movilizar directa o indirectamente al electorado. Además se diseñaron ciertas preguntas para saber cómo se ha utilizado el Internet dentro de la profesionalización de las campañas electorales. La pregunta que motivó esta parte del estudio fue si el Internet ha representado un retorno a la movilización por medio de las redes sociales y la política desde abajo (*grass-roots*) en comparación con la correspondencia postal y la mercadotecnia televisiva. De ser así, la pregunta es sobre qué tan efectivas son estas nuevas técnicas para estimular el voto y ciertas formas de activismo electoral.

Es cierto que los estudios académicos sobre el efecto del contacto personal de los partidos con sus posibles votantes no son nuevos, pero estos sí se han incrementado en las dos últimas décadas (Eldersveld 1956;

Patterson y Caldeira 1983). La principal conclusión es que este tipo de contactos es una de las formas más efectivas para movilizar a los electores (Bergen et al. 2004; Magalhães 2010; Panagopoulos and Francia, 2009; Rosenstone y Hansen 1993; Wielhouwer y Lockerbie 1994).

Además, los efectos, según la literatura, varían según la forma de contacto. Los contactos cara a cara son los más efectivos para los partidos que quieren incrementar el apoyo (Magalhães 2007), mientras que los métodos automatizados de llamadas telefónicas son los que tienen un menor efecto de movilización (Gerber y Green 2000, 2008).

Actualmente, la llegada de las redes sociales y las tecnologías 2.0 (blogs, Twitter, Facebook y videos en línea) han replanteado las preguntas respecto al contacto de los partidos y la movilización del electorado. Por un lado estos medios son herramientas que implican una forma más barata y “viral” de estar en contacto con la sociedad en comparación con los encuentros cara a cara o llamadas telefónicas. Por el otro, incrementan el contacto informal entre amigos y familiares para transmitir mensajes a través de la red. Por lo tanto, el cambio en la intensidad y la calidad del contacto durante las campañas implican un cambio en la movilización y el interés de la ciudadanía en la política.

Sin embargo, la mayoría de los estudios existentes en la literatura sobre el contacto de los actores políticos y la movilización de la sociedad se han enfocado en el sistema estadounidense. Por ello, una de las riquezas del CSES es que se tiene un parámetro establecido para estudiar un fenómeno en diferentes contextos por lo que es posible compararlos. El CSES es un excelente vehículo para expandir el número de casos investigados. La revisión de los resultados obtenidos en los levantamientos del CSES deja en claro que existe una gran varianza en la forma de contacto que se ve afectada por factores institucionales.

Preguntas sobre Información Política

El grado de información política de los individuos es una variable importante para entender el comportamiento político. Ésta es considerada una aproximación de otras variables como sofisticación política, exposición a medios, interés en los asuntos públicos, entre otros (Fiske et al. 1983; Zaller 1990, 1991, por mencionar algunos). También se han encontrado diferentes relaciones con el nivel de información política como con la participación (Verba *et al.* 1997) y la recepción de la información (Zaller 1991).

En este módulo, así como en módulos anteriores del CSES, las preguntas de información política han sido eje central del estudio. Desde el Módulo 2, el CSES ha incluido tres preguntas para definir el grado de información. Éstas estaban sujetas al criterio de los investigadores de cada país con la indicación que las preguntas debían tener diferentes grados de dificultad. Es decir, la primera pregunta debería ser *fácil* (por ejemplo, 2/3 de los encuestados deberán contestar correctamente), la segunda, *un poco más difícil* (por ejemplo, la mitad deberá

contestar correctamente), y la última, *difícil* (por ejemplo, 1/3 deberá contestar correctamente). De esta forma, para el estudio mexicano, durante el Módulo 2 y 3 se preguntó lo siguiente (registrando respuestas espontáneas):

- a. **Fácil:** ¿Por favor, me puede decir el nombre del actual Gobernador de su estado?
- b. **Medio:** En general, ¿cuántos años dura un diputado en su cargo (puesto)?
- c. **Difícil:** Con lo que usted sabe, ¿cuáles son las cámaras que tiene el Congreso de México?

Esta estrategia ha generado diferentes resultados y una baja calidad en los datos. Por ejemplo, algunos países tienen una proporción similar en preguntas correctas, de dificultad parecida, y en algunos casos no se ha registrado varianza, como en Polonia en 2001 (98%, 96% y 98%). En resumen, se consideró que había serias dudas sobre la equivalencia de las preguntas de información política en el estudio del CSES (Elff 2009). Dado que cada pregunta era hecha por cada país, se propuso que los participantes del CSES debían coordinarse para tener las mismas preguntas y asegurar una equivalencia en la medición. Después de una discusión sobre el tipo de preguntas y el tema, donde se tomó como proyecto base *El Estudio Nacional de Estudios Electorales de Estados Unidos* (ANES, por sus siglas en inglés), para este nuevo módulo se hizo un cambio de preguntas y de metodología.

Ahora se pretende conocer la valoración general combinada de la atención a la política de los encuestados, en vez de su conocimiento en temas específicos de política. Las preguntas son las mismas para todos los países: nombre del Ministro de Finanzas, la tasa de desempleo oficial publicada más recientemente, el partido que quedó en segundo lugar en la Cámara Baja y el nombre del Secretario General de la ONU. Las preguntas son cerradas, es decir se dan cuatro opciones a los encuestados entre las cuales está la correcta. Las preguntas que se incluyeron para el estudio de México 2012 fueron:

- a. **Nombre del Secretario de Hacienda:** ¿Quién de las siguientes personas es el Secretario de Hacienda: José Antonio Meade, Alejandro Poiré, Heriberto Félix Guerra o Genaro García Luna?
- b. **Tasa de desempleo oficial:** ¿Cuál fue la tasa de desempleo oficial en México que anunció el gobierno recientemente?
- c. **Segundo lugar en la Cámara de diputados en número de diputados:** ¿Qué partido tiene el segundo lugar en número de diputados en la Cámara de Diputados: PAN, PRD, PRI, PARTIDO VERDE?
- d. **Nombre del Secretario General de la ONU:** ¿Quién es el actual Secretario General de las Naciones Unidas - Kofi Annan, Kurt Waldheim, Ban Ki-moon o Boutros Boutros-Ghali?

Antes de iniciar el Módulo 4 se realizaron varias pruebas para asegurar su varianza a través de diferentes países. Por ende, se espera que esto también muestre diferencias según los diferentes tipos de arreglos institucionales. Todavía es una pregunta empírica si estas preguntas tendrán gran varianza en cada país, y la opinión del Comité de Planeación estuvo dividida en este asunto. El ENEM consideró importante evaluar este tema por lo que en el cuestionario preelectoral y postelectoral se incluyeron las preguntas nuevas y anteriores de información política para compararlas durante la elección y en un mismo levantamiento. Los resultados preelectorales mostraron un bajo conocimiento de los encuestados en estas preguntas, o sea, sólo un pequeño porcentaje de ciudadanos dio la respuesta correcta. Lo cual demuestra que el grado de dificultad para todas es alto en México y no encontramos la variabilidad esperada. Por lo tanto, en este reporte se cuenta con la información poselectoral donde se puede observar las relaciones entre estos dos índices y en el que se concluye el análisis de la medición del Índice de Información Política en México.

Encuesta de salida: efectos de la participación ciudadana en la jornada electoral

Uno de los argumentos más presentados en la Ciencia Política es que la participación política se traduce en mejores ciudadanos. Los mecanismos causales argumentados son diversos, como que la participación ciudadana cuida que no se impongan los intereses de los gobernantes, o que la participación capacita más a las personas para tomar mejores decisiones. Sin embargo, los estudios hechos presentan más una correlación entre participación política y ciertas actitudes que propiamente un mecanismo causal (Almond y Verba 1963).

No obstante, hay quienes argumentan que sí existen efectos de la participación política. Por ejemplo, de acuerdo con J. J. Mansbridge (1999) la eficacia política; el sentido de la cooperación; el compromiso a las decisiones colectivas, y el carácter democrático son ejemplos de éstos. Thompson (1970) sostiene que los efectos de la participación política son el aumento de la percepción y el conocimiento político; el aumento de la competencia política subjetiva; la eficacia política, y el desarrollo de virtudes sociales. A su vez, André Blais (2011) busca evaluar estos argumentos al levantar una encuesta a miembros de las Asambleas Ciudadanas (*civic assemblies*). Los hallazgos de Blais con respecto al cambio de actitud ciudadana indican que los miembros de asambleas ciudadanas se sienten más interesados e informados, pero no aumenta la eficacia ni la mentalidad cívica. Es decir, crea ciudadanos más informados, pero no por eso mejores.

De esta forma, el ENEM busca evaluar si existen diferencias en las actitudes políticas y valores cívicos entre los votantes y los funcionarios de casilla bajo el supuesto de que, al ser los funcionarios de casilla individuos más participativos, tendrán mejores actitudes políticas y valores cívicos que los votantes en general. Así, se incluyeron una serie de preguntas relacionadas con estos aspectos en los cuestionarios de las encuestas de salida y en los que se otorgaron a los funcionarios de casilla. Por ejemplo, se les pregunta a los dos grupos cuestiones sobre *eficacia política* (si importa qué partido político está gobernando el país; si el voto influye; si consideran que las elecciones están siendo limpias; cuál creen que es el mejor método para que el gobierno tome

decisiones que atiendan las demandas ciudadanas; su satisfacción con la democracia); *sentimientos cívicos* (cómo perciben el ir a votar); *índice de información política* (cuántas cámaras tiene el Congreso, cuántos años dura un diputado en su cargo y cuál es el nombre de su gobernador o jefe de gobierno), e *interés en la política* (cuánta atención le dio a las campañas electorales).

Integración del CIDE al CSES

El Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) decidió participar en el proyecto desde su inicio con dos propósitos, por un lado, contribuir al proyecto del CSES y, por el otro, establecer los lineamientos para llevar a cabo un estudio nacional continuo sobre las elecciones nacionales. De tal forma, se obtuvieron diversos datos y series que con el tiempo se han consolidado como la base de estudios diacrónicos. Además, han estimulado la investigación de diversos temas de interés para la comunidad académica y la sociedad en materia electoral.

2. Propósitos y objetivos

El propósito de las encuestas pre y poselectoral es comprender los efectos de los diversos arreglos institucionales en el comportamiento electoral y las perspectivas sobre el funcionamiento de la democracia. Asimismo, sirve para evaluar el efecto de las campañas electorales en el comportamiento de los votantes. Se han incluido preguntas sobre actitudes políticas y percepciones básicas como la decisión electoral del votante o la identificación partidista, así como los identificadores sociodemográficos de los entrevistados de manera estandarizada.

También se indagó sobre las formas de movilización, la percepción del gasto público, la participación política, la percepción sobre la eficacia política del sistema y los niveles de información política. Finalmente, otro tipo de preguntas se refiere a la evaluación del tema de seguridad en el país así como la situación económica de México. De acuerdo a las teorías del voto, la economía suele ser el factor más importante para los votantes al momento de decidir por quién votar o si van o no a participar. De esa manera, se entiende que en tiempos de crisis económica se castigará al partido del presidente mientras que en tiempos de bonanza se le premiará (Fiorina 1981). Sin embargo, y dado el contexto nacional, la seguridad interna se puede volver un problema tan o más importante para el electorado al momento de decidir su voto. Por lo tanto se hicieron preguntas relacionadas a qué tanto les ha afectado a los ciudadanos el combate al crimen organizado, quién cree que es el responsable de la actual situación de seguridad en el país y una evaluación sobre la situación de seguridad.

En la encuesta a funcionarios de casilla y votantes se buscó indagar si había diferencias significativas entre estos grupos de ciudadanos en lo referente a la evaluación de la democracia como el mejor sistema político, mayor o menor eficacia ciudadana, un mayor apoyo a las elecciones como medios de expresar opiniones y demandas que otras actividades como movilizaciones.

Objetivo General

Dar seguimiento al comportamiento de los votantes mexicanos en diferentes tiempos de la elección. Además, dar seguimiento al proyecto colaborativo del *Estudio Comparado de Sistemas Electorales (CSES)* que pretende ir creando series que con el tiempo se constituyan en la base de estudios diacrónicos, así como introducir temas de interés para la comunidad académica y la sociedad en general.

En el caso de la encuesta a funcionarios de casilla y votantes, el objetivo general es el explorar si el proceso de insaculación, preparación y participación como funcionarios de casilla el día de la elección produce cambios medibles en las actitudes y opiniones de los ciudadanos sobre el régimen democrático y las elecciones.

Objetivos específicos

- Indagar sobre las preferencias electorales y la opinión de los ciudadanos sobre las campañas electorales, el impacto de publicidad, y los candidatos presidenciales.
- Dar seguimiento a la percepción de los votantes sobre la eficacia del voto y la representación.
- Indagar sobre el tema de gasto público, movilización e identidad partidista.
- Indagar sobre el tema de participación política; clientelismo; estereotipos, crimen y seguridad.
- Indagar sobre el efecto del proceso para participar como funcionario de casilla el día de la elección en las actitudes, valores y opiniones políticas de los ciudadanos.

II. METODOLOGÍA DE LOS ESTUDIOS

1. *Características de los estudios pre y poselectoral*

Tanto el levantamiento preelectoral como el levantamiento poselectoral consistieron en la aplicación de 2,400 entrevistas efectivas cara a cara en las viviendas de ciudadanos de la República Mexicana. La encuesta preelectoral se realizó durante la campaña electoral los días 19 al 25 de abril de 2012, mientras que la poselectoral en los días posteriores a la elección federal del 1° de julio (del 13 al 19 de julio). Las encuestas se realizaron partiendo de una muestra probabilística distribuida en 234 secciones electorales aplicando en promedio 10 entrevistas por sección. El tamaño y el diseño de las muestras garantizan para un nivel de confianza del 95% un margen de error teórico ^(d) de ± 2.8 puntos en su conjunto.

2. *Marcos muestrales de los estudios pre y poselectoral*

El marco de muestreo que se utilizó en la selección de la muestra es el listado de secciones electorales de la República Mexicana, las cuales constituyen la Unidad Primaria de Muestreo (UPM). Con este marco se garantiza una división exhaustiva y excluyente de la población bajo estudio.

3. *Diseño muestral de los estudios pre y poselectoral*

Población objetivo

Encuesta realizada a personas de 18 años y más de ambos sexos.

Procedimiento de selección de unidades

La encuesta se realizó en una muestra probabilística distribuida en 234 secciones electorales aplicando 10 entrevistas por sección. Con objeto de contar con estimaciones más precisas, se realizó un muestreo estratificado dividiendo la República Mexicana en 4 estratos: 1) estados gobernados por el PAN, 2) estados del norte gobernados por el PRI, 3) estados del sur gobernados por el PRI y 4) estados gobernados por el

PRD. Cada estrato se dividió a su vez en estratos de competencia política según los resultados de la elección federal para diputado del 2009. Dentro de cada estrato se eligieron las secciones (unidades primarias de muestreo) mediante un muestreo sistemático con probabilidad proporcional al tamaño de la sección (PPT), donde el tamaño está definido por el listado nominal del 2009.

Las secciones forman conglomerados de individuos por lo que el muestreo corresponde a un muestreo polietápico de conglomerados, en donde la unidad primaria de muestreo es la sección, la unidad secundaria es la manzana, la tercera unidad es la vivienda y la unidad final de muestreo es el entrevistado.

Las secciones electorales se eligen dentro de cada dominio-estrato con probabilidad proporcional al listado nominal. Una vez elegidas las secciones la selección de las manzanas y de las viviendas se efectúa durante el operativo de campo a través de un muestreo aleatorio sistemático. En cada sección el encuestador hace una lista de las manzanas que la componen asignándoles un consecutivo de lo cual obtiene el número total de manzanas dentro de la sección (k). Dentro de cada sección se deben elegir dos manzanas para lo cual el encuestador divide el número total de manzanas de la sección (k) entre 2 lo cual determina el “salto” entre manzanas. Posteriormente el encuestador elige aleatoriamente un número que esté contenido entre 1 y el “salto” ayudándose con una tabla de número aleatorios y el número elegido corresponde a la primera manzana que debe ser seleccionada. Para elegir la segunda manzana se le suma el “salto” al primer número seleccionado.

Una vez seleccionadas las manzanas se procede a seleccionar las viviendas. El proceso de selección de viviendas es muy similar al empleado para seleccionar las manzanas. El encuestador lista todas las viviendas que hay en la manzana y divide el total entre 5 (salto) ya que se deben elegir 5 viviendas en cada manzana, después el encuestador elige aleatoriamente un número entre 1 y el “salto” y esa es la primera vivienda seleccionada, la segunda vivienda seleccionada es el primer número seleccionado más el salto, la tercera vivienda es el segundo número seleccionado más el salto y así sucesivamente para la cuarta y quinta vivienda.

La última etapa de selección es la del entrevistado. En cada vivienda seleccionada el encuestador lista a todos los integrantes de la vivienda con su respectiva fecha de cumpleaños y escoge a la persona del último cumpleaños, esto es, aquella cuya fecha de cumpleaños es la más reciente. En caso que la persona seleccionada no se encuentre en la vivienda el encuestador debe hacer una revisita para contactar a la persona seleccionada, si aún con la revisita no se pudo realizar la entrevista entonces se debe sustituir con la vivienda contigua respetando el sentido de las manecillas del reloj.

Bajo este esquema de muestreo todos los ciudadanos de la República Mexicana tienen una probabilidad no nula y conocida de ser seleccionados. La muestra así construida permite, además de generar estimaciones precisas de las variables de interés, hacer comparaciones entre subgrupos de la población, averiguar si existen diferencias entre ellos y sobre todo formular o verificar hipótesis sobre sus causas. Para asegurar una dispersión de la muestra que considerará secciones de todo tipo y obtener así estimadores con menor varianza se forma dentro de cada dominio de estudio 4 estratos de competencia electoral.

Dado el diseño de muestreo es necesario utilizar factores de expansión (π), los cuales se calculan como el inverso de la probabilidad de selección del entrevistado. Una vez hecho el levantamiento de la encuesta se calculan factores de ajuste por no respuesta y por desviaciones de los parámetros poblacionales de sexo y edad.

$$\pi = \frac{1}{P(\text{individuo esté en muestra})}$$

El tamaño y el diseño de muestra garantizan para un nivel de confianza del 95% un margen de error teórico (d) de ± 2.8 puntos en su conjunto.

El cálculo de este margen de error se presenta a continuación.

$$\begin{aligned} d &= \sqrt{\left(\frac{t^2 * P(1-P) * efd}{n} \right)} * 100 \\ &= \sqrt{\left(\frac{(1.96)^2 * 0.5(1-0.5) * 2}{2,400} \right)} * 100 \\ &\equiv 2.8 \end{aligned}$$

En donde,

d = Es el margen de error asociado a la estimación de la proporción P .

P = Es el parámetro poblacional (proporción) que se busca estimar. El cálculo del margen de error se realiza suponiendo una proporción de 0.5 porque este es el valor que maximiza el error, esto es, cualquier otra proporción tendrá un margen de error menor.

t = Es el percentil de la distribución normal asociado con la confianza deseada. Para el cálculo del error se supone un nivel de confianza del 95%.

$n = 2400$, tamaño de muestra.

efd = Efecto de diseño.

$$efd(\hat{p}) = \frac{V(\hat{p}) \text{ Bajo el diseño muestral}}{V(\hat{p}) \text{ Bajo un m.a.s}}$$
$$V(\hat{p}) = \frac{N - n}{(N - 1)(n - 1)} pq$$

Con

N : El tamaño de la población.

n : El tamaño de la muestra.

p : Proporción de interés.

$q = 1 - p$

El efecto de diseño se debe incorporar al cálculo del error por tratarse de un esquema de muestreo complejo. Debido a que el muestreo sería de conglomerados (secciones electorales) se considera un efecto de diseño aproximado de 2.

Tasa de rechazo general a la entrevista del estudio poselectoral:

La tasa de rechazo general de la encuesta preelectoral, definida como el cociente del número de rechazos entre el número total de contactos (que incluye rechazos y no rechazos) fue de 45.4%. Mientras que la tasa de rechazo general de la encuesta poselectoral fue de 60.2%.

No respuesta a la pregunta electoral en la encuesta preelectoral:

La pregunta base para captar la preferencia electoral es: “En julio del próximo año habrá elecciones para elegir Presidente de la República. Si el día de hoy fuera la elección, ¿por cuál partido votaría usted?”. La no respuesta a este pregunta de preferencia electoral fue del 17.5%

III. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO A VOTANTES (ENCUESTA DE SALIDA)

Encuesta con validez nacional realizada a la salida de las casillas durante el transcurso de la jornada electoral del domingo 1° de julio a una muestra aleatoria de ciudadanos después de haber emitido su voto. A continuación, se describen los criterios estadísticos generales considerados en el diseño e implementación de los estudios.

1. Objetivos del estudio:

La encuesta de salida tuvo como finalidad conocer las opiniones y valores cívicos de los ciudadanos que acudieron a votar en la elección presidencial de 2012.

2. Población objetivo:

Ciudadanos que emitieron su voto durante la jornada electoral del 1° de julio de 2012.

3. Marco Muestral

El marco de muestreo utilizado para la selección de la muestra es el listado de secciones electorales de la República Mexicana obtenido de los resultados oficiales de la elección para Diputado Federal del 2009. Con este marco se garantiza una partición de la población bajo estudio.

4. Tamaño de muestra:

La encuesta de salida se realizó en 90 secciones electorales de la República Mexicana. En la definición del tamaño de muestra se supuso un nivel de confianza del 95% y un error muestral máximo de ± 2.0 puntos porcentuales.

5. Selección de unidades:

Con objeto de contar con estimaciones más precisas, se realizó un muestreo estratificado dividiendo la República Mexicana en 4 estratos: 1) estados gobernados por el PAN, 2) estados del norte gobernados por el PRI, 3) estados del sur gobernados por el PRI y 4) estados gobernados por el PRD. Cada estrato se dividió a su vez en estratos de competencia política según los resultados de la elección federal para diputado del 2009. Dentro de cada estrato se eligieron las secciones (unidades primarias de muestreo) mediante un muestreo sistemático con probabilidad proporcional al tamaño de la sección, donde el tamaño está definido por el listado nominal del 2009.

Para la encuesta se requirió una etapa adicional de selección: la de votantes dentro de cada sección en muestra. La encuesta se aplicó a uno de cada tres votantes, los cuales se eligieron mediante un muestreo sistemático: se entrevistó al 1er. votante, después al cuarto, al séptimo y así sucesivamente hasta el cierre de las casillas.

6. Método de recolección de la información:

La entrevista a los votantes se realizó mediante la técnica “*cara a cara*” a los ciudadanos al momento de salir de la casilla federal en la que emitieron su voto. A partir de este procedimiento se realizaron 5,310 entrevistas efectivas distribuidas en una muestra probabilística de 90 secciones electorales.

7. Tasa de rechazo general a la entrevista:

La tasa de rechazo general de la encuesta, definida como el cociente del número de rechazos entre el número total de contactos (que incluye rechazos y no rechazos) fue de 51%.

IV. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO A FUNCIONARIOS DE CASILLA

1. OBJETIVO DEL ESTUDIO

Con el fin de conocer las opiniones y valores cívicos de los ciudadanos que participan como funcionarios de casilla en la elección federal del 2012 y compararlos con los de los votantes, se realizó una encuesta de autollenado a los ciudadanos que fungieron como funcionarios de casilla durante la jornada electoral del 1° de julio de 2012.

2. POBLACIÓN OBJETIVO

Ciudadanos que participan como funcionarios de casilla en la elección federal del 2012.

3. MARCO MUESTRAL

El marco de muestreo utilizado para la selección de la muestra es el listado de secciones electorales de la República Mexicana obtenido de los resultados oficiales de la elección para Diputado Federal del 2009. Con este marco se garantiza una partición exhaustiva y excluyente de la población bajo estudio.

4. TAMAÑO DE MUESTRA

Para obtener información sobre las percepciones de los funcionarios de casilla se consideró una muestra de 270 secciones. En 180 de ellas se seleccionó la casilla básica y en las 90 secciones restantes se eligieron hasta tres casillas, la básica y en caso de que hubiere, las dos primeras casillas contiguas. De esta forma, la muestra propuesta estuvo integrada por 392 casillas electorales en las había 1,568 funcionarios electorales (4 funcionarios por casilla: presidente, secretario, 1er escrutador y 2do. Escrutador).

5. SELECCIÓN DE UNIDADES DE MUESTREO

Con objeto de contar con estimaciones más precisas, se realizó un muestreo estratificado dividiendo la República Mexicana en 4 estratos: 1) estados gobernados por el PAN, 2) estados del norte gobernados por el PRI, 3) estados del sur gobernados por el PRI y 4) estados gobernados por el PRD. Cada estrato se dividió a su vez en estratos de competencia política según los resultados de la elección federal para diputado del 2009. Dentro de cada estrato se eligieron las secciones (unidades primarias de muestreo) mediante un muestreo sistemático con probabilidad proporcional al tamaño de la sección, donde el tamaño está definido por el listado nominal del 2009.

6. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El día de la jornada electoral el equipo de encuestadores entregó a cada uno de los cuatro funcionarios de las casillas en muestra un cuestionario de autollenado acompañado de una carta firmada por el Dr. Sergio López Ayllón, Secretario General del CIDE en las que los invitaba a contestar el cuestionario en algún momento que la afluencia de votantes lo permitiera. El cuestionario fue breve, de tal forma que los funcionarios lo pudieron contestar sin que esto haya implicado en ningún momento descuidar su labor como funcionario de casilla.

A partir de este procedimiento se logró recabar información de 879 entrevistas efectivas distribuidos en 199 secciones y 254 casillas. Las estimaciones son válidas para el conjunto de ciudadanos que participó como funcionario de casilla en la elección federal de julio de 2012. El margen de error es de ± 3.9 (efecto de diseño de 1.36) para un nivel de confianza del 95%.

7. TASA DE RESPUESTA

Se obtuvieron 879 entrevistas efectivas de funcionarios de casilla: 241 presidentes, 215 secretarios, 213 y 210 primeros y segundos escrutadores respectivamente. La tasa de respuesta es del 56%.

V. RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO PREELECTORAL

Los datos obtenidos a través de la encuesta preelectoral son de gran valor para el desarrollo de estudios de comportamiento electoral, efecto de las campañas electorales así como preferencias y actitudes en relación a: candidatos electorales, gasto público, identificación partidista, evaluación de políticas públicas, estereotipos relacionados al género y al color de piel, entre otros. Asimismo, se preguntaron por primera vez las preguntas del Módulo 4 del CSES en México y esta encuesta se puede utilizar para compararla con la encuesta poselectoral y así evaluar los efectos de las campañas electorales y el proceso electoral en las actitudes y opiniones de la ciudadanía (Brady y Johnston 2006).

A continuación se presenta una descripción de los datos arrojados por la encuesta preelectoral, la cual estará disponible para su uso y consulta en el Banco de Información para la Investigación Aplicada en Ciencias Sociales (BIIACS) en el CIDE.

1 Módulo de preferencias electorales

Por la naturaleza de una encuesta preelectoral, las preferencias electorales son sólo una aproximación de lo que podría suceder el día de la elección en términos de participación y sentido del voto.

- **Participación:** 81% de los entrevistados aseguró que participaría en las elecciones presidenciales del 1 de julio. Por su parte, 9% dijo que no acudiría y 10% que no sabía. En cuanto a la participación en las elecciones para diputados, prácticamente se mantuvieron los mismos porcentajes.
- **Participación en las elecciones pasadas desde que se tiene edad para votar:** Se indagó también la participación electoral de los entrevistados desde que tenían edad para votar. El 27% de los entrevistados manifestó haber participado en todas las elecciones que se han llevado a cabo desde entonces. Un 38% ha participado en la mayoría de ellas; 10% en la mitad; 9% en menos de la mitad; 7% en ninguna elección y 8% aseguró que apenas tenía edad para votar.
- **Interés y disposición de votar:** Con el propósito de profundizar la participación electoral de los encuestados en prospectiva se les preguntó qué tan interesados y seguros estaban de ir a votar. En cuanto al interés, el 32% manifestó estar totalmente interesado en acudir a las urnas; 29% bastante interesado; 22% medio interesado; 12% poco interesado y 5% declaró que no estaba nada interesado, que no iría a votar. Respecto a la disposición de participar en las elecciones, 38% de la muestra dijo estar totalmente seguro de ir a votar; 30% bastante seguro; 19% medio seguro; 8% poco seguro y 5% nada seguro.

- **Voto en las próximas elecciones presidenciales y seguridad de la preferencia electoral:** En cuanto a las preferencias, se le preguntó a los entrevistados si ese día fueran las elecciones, por qué partido o candidato votarían. En orden descendente, 40% declaró que votaría por Enrique Peña Nieto (PRI), 22% por Josefina Vázquez Mota (PAN), 16% por Andrés Manuel López Obrador (PRD) y 1% por Gabriel Quadri de la Torre (Nueva Alianza). Además, 1% manifestó que votaría por Peña Nieto como candidato del PVEM y 1% por López Obrador como candidato del PT. Por otra parte, 4% de la muestra consideró que no votaría por ninguno, 8% no sabía, 5% dejó las papeletas en blanco y 2% anularía su voto. Aunado a ello, se le preguntó a los encuestados qué tan seguros estaban de su voto. La mayoría, 70%, consideró estar completamente seguro, 17% declaró que podría cambiar de opción y 13% no sabía o no contestó.
- **Voto en las próximas elecciones para diputados federales:** Las preferencias electorales respecto a la Cámara de Diputados, los porcentajes obtenidos fueron muy similares a las del voto por el Presidente. El 38% votaría por los legisladores del PRI, 21% por los del PAN, 15% por los del PRD, 2% por los del PVEM y 1% por los de Nueva Alianza. Por su parte, 4% no votaría por ninguno de los partidos, 10% no sabía, 6% lo habría dejado en blanco y 3% lo habría anulado.
- **Escenarios de competencia:** Con el objetivo de conocer mejor la intención de voto, se le preguntó a los entrevistados su preferencia sin tomar en cuenta el partido al que representan, sino las coaliciones. Es decir, si los candidatos a la Presidencia fueran Peña Nieto por el PRI-PVEM, 41% declaró que votaría por él; 23% lo habría hecho por Vázquez Mota del PAN; 17% por López Obrador como candidato de la coalición PRD-PT-MC y 1% habría votado por Quadri de la Torre de Nueva Alianza. En este caso, 7% manifestó que no votaría por ninguno y 10% no sabía. Dado que el voto de las personas se distribuye principalmente entre el PRI, PAN y PRD, los porcentajes no son muy diferentes respecto a los presentados para la preferencia electoral.
- **Voto en retrospectiva:** Para conocer cómo votaron los entrevistados en 2009 primero se les preguntó si lo habían hecho en esas elecciones y el 65% respondió afirmativamente. De ellos, el 44% declaró haber votado por el PRI en las elecciones para Diputados de 2009, 28% votó por el PAN y 16% por el PRD. Esto resulta un indicador de cómo se fueron modificando las preferencias entre 2009 y en el proceso electoral de 2012.
- **Identidad partidista:** Uno de los principales factores explicativos del voto es la identificación partidista de las personas. Por ello, se le preguntó a los entrevistados, independientemente de por quién votarían, con cuál partido se identifican. Como “partidistas duros” se podría clasificar al 14% que se consideró *muy priista*, el 6% *muy panista*, el 4% *muy perredista* y el 1% *muy verde-ecologista* y *muy de Nueva Alianza* respectivamente. Por su parte, como “partidistas blandos” se clasificaría al 18% que se declaró

algo priista, al 11% *algo panista*, al 6% *algo perredista* y al 1% *algo verde-ecologista*. Sin embargo, es importante destacar que poco más de un tercio de los entrevistados (36%) no se identificó con algún partido.

- **Afinidad de candidatos presidenciales:** Otro argumento sobre los factores que intervienen en la decisión del voto es el de la afinidad respecto a los candidatos. Para conocerla, se le pidió a los entrevistados que calificaran a los candidatos presidenciales del 0 (*no le gusta nada*) al 10 (*le gusta mucho*) después de escuchar su nombre. Los dos candidatos mejor calificados fueron Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador con 7.3 en promedio ambos. Por su parte Josefina Vázquez Mota obtuvo 6.1 casi empatada con Gabriel Quadri de la Torre con 6.0.

2 ***Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso.***

- **Principal problema:** Con el fin de conocer cómo percibían el contexto nacional en el que se llevaba a cabo el proceso electoral, se le preguntó a los entrevistados cuál consideraban que era el principal problema del país. Prácticamente una tercera parte de los entrevistados (30%) consideró que la *inseguridad o delincuencia* eran el principal problema del país. La segunda respuesta más repetida fue el *desempleo* con 21%. Le siguieron la *crisis económica* y la *violencia* (9%) en tercer lugar; el *narcotráfico* y los *bajos salarios* (6%) en cuarto y la *pobreza*, la *inflación* y el *mal gobierno* (4%) en quinto. La *corrupción* sólo fue mencionada por el 3% de la muestra. Estos datos muestran que, al momento de levantar esta encuesta, no es la economía la principal preocupación entre el electorado sino la situación de seguridad derivada del combate al crimen organizado. Si esta tendencia se mantiene en la encuesta poselectoral se puede analizar si los votantes evaluaron al gobierno federal actual más en base a la guerra en contra del crimen organizado que en el desempeño económico del país.
- **Situación actual del país:** Aunado a la pregunta anterior, se preguntó a los encuestados si consideraban que la situación del país respecto al año anterior era *mejor*, *igual de bien*, *igual de mal* o *peor*. La mayoría de las personas (51%) consideró que la situación había empeorado; 26% que estaba igual de mal; 12% igual de bien y 10% consideró que había mejorado. Esto implica que poco más de tres cuartos de los entrevistados (77%) tenía una visión pesimista de la situación del país. Esta pregunta se utiliza como una aproximación de la evaluación ciudadana del desempeño del gobierno actual y las expectativas de que apoyen al partido en el gobierno. Si una mayoría de la población está satisfecha con el desempeño del gobierno se puede esperar que el partido en el poder se beneficie de este sentimiento y viceversa.

- **Visión retrospectiva del estado de la economía nacional:** En lo referente a la economía, se preguntó si la situación de México había mejorado o empeorado en los últimos 12 meses. Al respecto, 41% consideró que había permanecido igual; 23% que había empeorado mucho; 14% que había empeorado poco; 13% que había mejorado poco y 5% que había mejorado mucho. Una vez más, estos datos muestran que también había una visión pesimista de la economía en el periodo previo a las elecciones, lo cual le puede afectar al PAN al ser el partido a cargo del gobierno federal.
- **Mejora en la calidad de vida:** Para conocer la visión prospectiva de los entrevistados, se les preguntó la probabilidad de que su calidad de vida mejore en los siguientes 10 años. 14% consideró que es muy probable que mejore; 38% consideró que es algo probable; 26% consideró que es poco probable y 10% que nada probable. A diferencia de la visión retrospectiva, en la prospectiva la mayoría de las personas (52%) se mostraron optimistas y manifestaron que su vida mejorará en algún grado en los siguientes 10 años.
- **Disminución del ingreso familiar mensual:** En cuanto a una posible disminución en el ingreso del hogar de los entrevistados en los siguientes 12 meses, 13% lo consideró muy probable, 33% algo probable, 27% como poco probable y 8% como nada probable. A diferencia de la pregunta prospectiva anterior, casi la mitad (46%) de los respondientes declaró que el ingreso de su hogar se vería afectado en el siguiente año.
- **Diferencias en el nivel ingreso:** Por último, para saber si los entrevistados atribuyen alguna responsabilidad al gobierno sobre las diferencias en el ingreso, se les preguntó qué tan de acuerdo estaban con la afirmación de que el gobierno debería tomar medidas para reducirlas. Del total, 33% manifestó estar muy de acuerdo con la frase y 30% algo de acuerdo; es decir, 63% consideraron que el gobierno debía hacer algo para reducir las diferencias en el ingreso de las personas. Por su parte, 19% declaró no estar de acuerdo ni en desacuerdo. Por último, 6% estuvo algo desacuerdo y 5% muy en desacuerdo.

3 *Módulo CSES: Gasto Público/Gasto del gobierno*

- Para conocer la percepción de los entrevistados sobre el gasto del gobierno, se les leyó una lista de diferentes rubros para saber si el gasto debía ser por lo menos algo mayor al de ahora, el mismo o por lo menos algo menor. Además se le señaló a las personas que un gasto mayor podría implicar un aumento en los impuestos y uno mejor, la reducción de ciertos servicios. En los siguientes rubros la mayoría de los encuestados considera que el gasto público debe aumentar: educación (70%), salud (69%), programas sociales como Oportunidades (60%), pensiones para las personas de la tercera edad (59%), subsidios en alimentos básicos (59%) y programas de apoyo para desempleados (51%). En contraste, sólo una minoría

se expresó a favor de aumentar el gasto gubernamental destinado a la policía y la aplicación de la ley, (39%), mientras que el 32% opinó que debía ser el mismo y el 25% que debía disminuir. Sobre el Ejército y la Marina, el 32% manifestó que el gasto debería aumentar, 33% mantenerse igual y 28% disminuir. Por lo tanto, estos datos muestran que los entrevistados creen que el gobierno debería optar por invertir más en la educación, la salud y los programas sociales, que en programas relacionados a la fuerza pública en sus diversas formas y aplicación de la ley.

4 Módulo CSES: Movilización

- **Contacto Institucional y tipos de contacto:** Para conocer la cercanía de los partidos políticos o candidatos con sus posibles electores, se le preguntó a los encuestados si habían sido contactados por ellos de alguna forma. En general, los entrevistados casi no tuvieron contacto en el periodo previo a la elección. El 8% manifestó haber sido contactado por Enrique Peña Nieto, el PRI o el PVEM. Un 6% declaró haber sido contactado por Josefina Vázquez Mota o el PAN y otro 6% por Andrés Manuel López Obrador, el PRD, el PT o el Movimiento Ciudadano. El candidato con el menor porcentaje de contacto (2%) fue Gabriel Quadri de la Torre de Nueva Alianza. En cuanto a las estrategias que siguieron, el PRI-PVEM y el PAN optaron por el correo postal y el teléfono. El PRD-PT-MC tuvo un mayor contacto cara a cara con los electores y también utilizó el correo postal. Por último, el candidato de Nueva Alianza apostó en primer lugar por el correo electrónico y en segundo lugar por el correo postal.
- **Contacto personal y tipo de contacto:** Con el objetivo de conocer cómo interactúan las personas políticamente en su círculo más cercano, se le preguntó a las personas entrevistadas si algún amigo, familiar, vecino, conocido o compañero de trabajo las había tratado de convencer de votar por algún candidato en particular. Un 11% de los entrevistados declaró que un amigo trató de convencerlos; 8% un familiar; 7% un vecino; 4% algún compañero de trabajo y 2% otro conocido. Entre el 77% y 88% de quienes declararon haber sido contactados por alguna persona cercana, manifestaron que lo hicieron de forma personal, es decir, en un encuentro cara a cara. El teléfono y las redes sociales fueron el siguiente medio de contacto más común.
- **Registro para obtener información o alertas de la campaña vía Internet:** Por último, para conocer si la gente utilizó el Internet como un medio para mantenerse al tanto de los o algún candidato o partido, se preguntó a los entrevistados si vía celular o Internet (Twitter, Facebook, blog o correo electrónico) se habían registrado para recibir cierta información o alertas. Tan sólo 7% de la muestra manifestó haberlo hecho.

5 *Módulo CSES: Índice de información política*

Como se mencionó anteriormente el Módulo 4 del CSES incluye preguntas estandarizadas para medir el nivel de conocimiento político de los encuestados en todos los países participantes. En esta encuesta se incluyeron las preguntas que se utilizaban anteriormente para medir el nivel de conocimiento político así como las nuevas preguntas para comparar ambas mediciones. Los resultados obtenidos se llevarán al Comité de Planeación del CSES para mostrar el desempeño de las nuevas preguntas que buscan medir el conocimiento político de la ciudadanía.

5.1 *Índice de información política (anterior)*

- Como se explicó anteriormente, el Índice de Información Política (IIP) ha cambiado en este Módulo 4 de CSES. Por lo tanto en este reporte presentamos el IIP anterior y el nuevo para mantener la continuidad con los años anteriores aparte de comenzar con la nueva medición. Las mediciones del IIP anterior son las siguientes:
- **Nombre del actual gobernador de su estado:** Durante las entrevistas se le preguntó a las personas si sabían el nombre del gobernador de su estado. Un 79% respondió correctamente. Es decir, se cumplió el propósito de ser una pregunta “fácil” ya que más de dos tercios de los encuestados sabía el nombre de su gobernador.
- **Duración del cargo de Diputado:** Cuando se preguntó los años que dura un Diputado en su puesto, 59% de la gente supo la respuesta. Esto implica que tuvo un porcentaje de respuesta menor a la pregunta anterior, pero con un grado medio de dificultad.
- **Cámaras que conforman el Congreso de la Unión:** 62% de los entrevistados sabía que el Congreso está conformado por la Cámaras de Diputados y de Senadores. Esto quiere decir que en realidad no se trató de una pregunta difícil de responder ya que casi dos tercios respondió correctamente. Sin embargo, se ponderó la pregunta como la de mayor dificultad dentro del índice.
- **Resultados del Índice de Información Política (anterior):** Una vez ponderadas las respuestas a las tres preguntas anteriores, se obtuvieron los siguientes resultados. El 47% de la población entrevistada obtuvo un grado alto de conocimiento político; 25% medio; 19% bajo y 9% nulo. Por lo tanto, casi dos tercios de las personas (72%) se colocaron en el nivel medio o alto del IIP.

5.2 *Índice de información política (nuevo)*

- El nuevo IIP toma valores del 1 al 3, donde 1 es “nulo (0 aciertos)” ; “2 bajo (1 acierto)” y “3 medio-alto (2 a 4 aciertos)” midiendo los aciertos a las siguientes preguntas:
- **Nombre del Secretario de Hacienda:** Al preguntar a los entrevistados el nombre del Secretario de Hacienda, sólo 6% contestó de manera correcta.
- **Tasa de desempleo en México:** Prácticamente ninguno de los entrevistados respondió correctamente la tasa de desempleo, sólo 1% lo hizo.
- **Partido con el segundo lugar en la Cámara de Diputados:** Casi una cuarta parte de los encuestados (23%) supo qué partido ocupaba el segundo lugar en la Cámara de Diputados.
- **Nombre del Secretario General de la ONU:** A pesar de que esta pregunta está relacionada con un dato del contexto internacional, una mayor cantidad de personas (9%) conocía la respuesta a diferencia de la relativa al Secretario de Hacienda.
- **Resultado del Índice de Información Política (nuevo):** Una vez que se ponderaron las respuestas de las cuatro preguntas anteriores, se encontró que 70.1% de los entrevistados tenía un nulo conocimiento político; 22.6% tenía un conocimiento bajo y 7.3% uno medio-alto. A diferencia del índice anterior, en esta ocasión la mayoría de la población no tiene conocimiento alguno de la política de acuerdo con este indicador. Las mediciones de los índices de información servirán para discutir en la reunión internacional del CSES sobre la pertinencia del nuevo índice de información política.

6 *Recordación de Publicidad*

El objetivo de incluir preguntas sobre recordación de publicidad electoral es medir el efecto de las campañas electorales de los distintos partidos políticos y candidatos electorales. Estos resultados se compararán con la encuesta poselectoral para ver el efecto de las campañas electorales en los votantes.

- **Publicidad de Josefina Vázquez Mota:** Del total de los entrevistados, 68% manifestó haber visto o escuchado algún anuncio de Vázquez Mota en radio o televisión. Dentro de dicho porcentaje, el anuncio más recordado, con 16% de menciones, fue el de “*Una presidenta con falda, pero con muchos pantalones*”. De igual forma, esa fue la frase más recordada por las personas con 6% de menciones.

- **Publicidad de Enrique Peña Nieto:** Al hacer la misma pregunta respecto a Peña Nieto, tres cuartas partes (75%) de los entrevistados dijo haber visto o escuchado algún anuncio. El anuncio más recordado del candidato del PRI fue aquél en el que *“recorre el país”* con 17% de menciones. Sin embargo, es importante destacar que 4% de las personas recordó el anuncio de *“Peña no cumple”* al hacerles la pregunta. Las frases más recordadas por la audiencia fueron las relativas al cumplimiento de sus compromisos con 11% de las menciones.
- **Publicidad de Andrés Manuel López Obrador:** Respecto al candidato del PRD-PT-MC, 54% de la muestra declaró haber visto o escuchado algún anuncio suyo en radio o televisión. El anuncio más recordado de López Obrador fue en el que sale con su hijo pequeño (12%). El segundo más recordado fue el de la historia de México (9%). Las tres frases más recordadas con 4% de menciones cada una fueron *“Tenemos experiencia, ya lo hicimos en el DF”*, *“Me comprometo con ustedes y con mi hijo”* y *“El cambio verdadero está en tus manos”*.
- **Publicidad de Gabriel Quadri de la Torre:** Por último, los anuncios del candidato Gabriel Quadri fueron los menos recordados por las personas ya que menos de un tercio (29%) los mencionó. Dentro de esa proporción, 5% recordó *“algunos jóvenes en una combi”* y otro 5% declaró haber escuchado o visto un anuncio sobre violencia de género. Una de las frases más recordadas también era relativa a su propuesta de género: *“educar para dignificar el rol de las mujeres”* (4%) y la otra se refería a fomentar la denuncia de delitos (4%).
- **Publicidad del PVEM:** Se decidió incluir como pregunta la recordación de la campaña del Partido Verde por su presencia en diversos medios y la cantidad de sus *spots*. El resultado de las entrevistas muestra que sus anuncios fueron más recordados que los de López Obrador y los de Gabriel Quadri con 55% de menciones. Además, tres de sus anuncios fueron mencionados por los entrevistados: *“Vales de medicina/Mujer en farmacia del IMSS”* (17%), *“Cuotas escolares”* (10%) y *“Empresas contaminantes”* (10%). Aunado a ello, la frase relativa a los vales de medicinas fue la más recordada con 10% de menciones.

7 Participación política y clientelismo

- **Apoyo general a los candidatos o partidos:** Para conocer si los entrevistados apoyaron a algún partido o candidato y de qué forma lo hicieron se les preguntó qué tipo de cosas habían hecho hasta ese momento de la campaña electoral. Un 13% declaró que había puesto algún anuncio en la fachada de su casa, mientras que 86% negó haberlo hecho. De igual forma, 11% pegó propaganda en su coche, 10% participó en mítines o actos de campaña y 9% usó propaganda en su ropa. Tan sólo 6% de las personas manifestó

haber utilizado las redes sociales (Twitter y Facebook) para apoyar o rechazar a algún partido o candidato.

- **Apoyo económico a los candidatos o partidos:** Otra forma de apoyar a un candidato o partido es mediante algún donativo económico. Al respecto, sólo el 2% de la muestra dijo haberlo hecho mientras que 5% no contestó. Por el contrario, 93% de las personas negó haber dado algún apoyo económico.
- **Regalos al entrevistado:** En el lado opuesto de la moneda, se analizó qué hicieron los candidatos o partidos para atraer votos. Por ello se le preguntó a los entrevistados si algún partido o candidato les había dado algún regalo hasta ese momento de la campaña. 8% manifestó haber recibido algún regalo de Peña Nieto (PRI-PVEM), 4% de Vázquez Mota (PAN), 3% de López Obrador (PRD-PT-MC) y 1% de Quadri de la Torre (NA). Posteriormente se les preguntó qué tipo de regalos habían recibido. Dentro de esos porcentajes, entre 22% y 38% recibieron playeras por parte de los candidatos del PRI-PVEM, PAN y PRD-PT-MC. Por su parte, quienes recibieron algún regalo del candidato de Nueva Alianza, recibieron saleros, playeras, llaveros, lápices, gorras o calcomanías. Es importante destacar que las respuestas pueden estar subestimadas debido a la connotación negativa que tiene el hecho de recibir algo durante la campaña.
- **Regalos en su colonia:** Con el objetivo de eliminar dicha connotación se modificó la pregunta para saber si en la colonia de los entrevistados habían recibido algún regalo. Los porcentajes de respuesta no son muy diferentes a la pregunta anterior. 9% de los entrevistados dijo que en su colonia recibieron regalos de Peña Nieto, 5% de Vázquez Mota, 4% de López Obrador y 1% de Quadri de la Torre. De igual forma, las playeras fueron el objeto más regalado (25%-32%). Sin embargo, las menciones de despensas regaladas rondaron entre 6% y 23% siendo López Obrador el más mencionado, seguido de Peña Nieto y Vázquez Mota.

8 Estereotipos

Entre las consideraciones que toman en cuenta los ciudadanos para decidir por quién votar los estereotipos relacionados a grupos sociales pueden afectar de manera consciente o no su decisión. La candidatura de Josefina Vázquez Mota como candidata del PAN a la presidencia dio la oportunidad de estudiar el efecto de los estereotipos relacionados a las mujeres para ver si afectaron o no las preferencias electorales de la ciudadanía como se ha visto en otros contextos (Bligh et. al 2012). Asimismo, investigación previamente realizada en México ha demostrado que el color de piel y las facciones de los candidatos tienen un efecto en la decisión electoral de la ciudadanía, ya que los votantes prefieren a candidatos de color de piel más clara y facciones europeas (Aguilar 2009).

- **Efecto de estereotipos relacionados al color de piel:** Por primera vez se realizó alguna pregunta relativa al color de piel de los candidatos para saber si ésta genera o no alguna predisposición en las personas. Por ello, se le preguntó a los entrevistados si consideraban si era más difícil para los candidatos de piel oscura obtener votos. Casi una quinta parte de ellos (18%) consideró que sí les es más difícil. Por su parte, 76% declaró que el color de piel no importa para obtener votos.
- **Sesgo de género para presidente:** Por primera vez en la historia de México, una mujer con posibilidades de ganar al ser postulada como candidata del partido en el poder participó en las elecciones. Por ello, se le preguntó a los encuestados si, dado ese contexto actual del país, quién consideraban que podría gobernar mejor: un hombre o una mujer. Un 46% afirmó que un hombre gobernaría mejor, mientras que 31% dijo que no importa el género de quien ocupe el cargo y 19% consideró que una mujer podría hacerlo mejor.
- **México listo para tener una mujer presidenta:** Posteriormente, concretamente se le preguntó a las personas si el país estaba o no listo para tener una mujer dirigiendo el Poder Ejecutivo Federal. Al respecto, 45% declaró que no lo estaba y 41% que sí. Además 14% no respondió. Estos elementos permiten entender la percepción de las personas ante la participación de una mujer en las campañas electorales a nivel presidencial.
- **Desigualdad económica por género:** Por último, para saber qué tipo de estereotipos de género existen en el plano económico, se le preguntó a los entrevistados si la desigualdad económica entre hombres y mujeres se debe a la discriminación que existe o a que las mujeres prefieren quedarse en su hogar. Un 28% consideró que la desigualdad se debe a la segunda razón mientras que 64% lo atribuye a la primera.

9 *Crimen y Seguridad*

- **Percepción sobre la seguridad:** Para conocer si el contexto de violencia en México estuvo presente en la decisión electoral de las personas, se les hicieron las siguientes preguntas. Primero, se les pidió que respondieran si la violencia con el crimen organizado había empeorado, mejorado o se había mantenido igual respecto al año anterior. El 34% consideró que había empeorado y 41% que se había mantenido igual de mal. Por otro lado, el 9% declaró que había mejorado y 13% que se había permanecido igual de bien. Esto muestra que en realidad había una percepción negativa sobre la violencia durante las campañas electorales.

- **Afectación por la violencia:** Posteriormente se le preguntó a los entrevistados si ellos, algún familiar, amigo o conocido se había visto afectado por la violencia relacionada con el crimen organizado para saber si fue un factor que tomaron en cuenta al decidir su voto. El 46% manifestó que ni ellos, ni personas cercanas se habían visto afectados. Por su parte, 22% declaró que algún conocido si lo fue, 18% dijo que un amigo, 16% que un familiar y 6% que ellos mismos. Estos resultados, con los de la pregunta anterior, muestran que sí había una percepción de violencia, pero que la afectación no fue directa a los encuestados, sino a terceros
- **Afectación de la violencia por el crimen organizado a nivel local:** Con el objetivo de conocer la afectación a nivel local, se preguntó si en su municipio o delegación hubo algún acto de violencia relacionado con la lucha contra el crimen organizado. El 52% manifestó que si hubo y 42% que no. Además, 41% consideró que la violencia en su municipio o delegación había permanecido igual de mal en los últimos doce meses y 27% que había empeorado. En contraparte, el 19% dijo que la situación había permanecido igual de bien y 8% que había mejorado.
- **Responsable de la violencia:** Otro aspecto importante para saber cómo afecta la violencia en la decisión de voto de las personas es conociendo a quién atribuyen dicha situación. Los encuestados podían mencionar varias opciones, por lo que un 62% mencionó al narcotráfico como responsable y 60% al propio gobierno federal. El 34% dijo que era el gobierno estatal y 32% el municipal. Por otra parte, 31% mencionó a la Policía Federal, 26% a la municipal y 25% al Ejército. Una quinta parte (21%) dijo que Estados Unidos era el responsable. Estos resultados podrían ser un indicio de un voto de castigo en contra del gobierno federal a quien, en su mayoría, atribuyen el contexto de violencia.
- **A quién corresponde el combate al crimen organizado:** Por último, se le preguntó a las personas a qué gobierno le correspondía enfrentar al narcotráfico. Los encuestados podían dar más de una respuesta. El 83% de los entrevistados mencionó al gobierno federal, 56% al estatal y 50% al municipal.

10 Módulo CSES: Datos Socioeconómicos

- **Sexo:** Del total de la muestra, 52% correspondió al sexo masculino y 48% al femenino.
- **Edad:** La mayor parte de los entrevistados (35%) se ubicó en el rango de edad que oscila entre los 26 y 40 años; 29% pertenecía al de 41 a 60 años y 13% al rango de mayor edad, entre 61 y 96 años. El rango de menor edad, de 18 a 25 años, estuvo conformado por 23%.

- **Escolaridad:** En cuanto al nivel educativo de los entrevistados, 23% declaró tener estudios de primaria, 34% de secundaria, 30% de preparatoria, 10% de universidad y 3% manifestó no tener estudios. Es importante resaltar que casi dos tercios (64%) de las personas tienen estudios de nivel medio.
- **Estado civil:** La mayoría de los encuestados (63%) manifestó estar casado o en unión libre, mientras que 25% se encontraba soltero o nunca casado. 6% de la muestra estaba conformada por personas divorciadas o separadas y otro 6% por personas viudas.
- **Pertenencia a alguna asociación laboral:** Al preguntar a las personas si pertenecían a algún sindicato, organización o asociación laboral, sólo 6% respondió afirmativamente. Además, del total de la muestra, 4% dijo que otra persona dentro de su hogar sí pertenecía. Después se le leyó a los entrevistados una lista de asociaciones a las cuáles podían pertenecer. Al respecto 3% manifestó que sí pertenecía a alguna asociación vecinal y 2% a una profesional, agrícola o empresarial.
- **Actividad principal la semana pasada:** Se le preguntó a los entrevistados su actividad principal la semana pasada y 47% declaró haber trabajado, 31% se dedicó al hogar, 11% a sus estudios, 5% se manifestó como jubilado o pensionado, 3% como desempleado y 2% tenía trabajo pero no trabajó.
- **Última ocupación:** Al 9% que dijo estar desempleado, incapacitado permanentemente o jubilado, se le preguntó cuál fue su última ocupación principal. Un 14% de ellos dijo haber estado en su casa; 10% se desempeñó como albañil, carpintero o electricista; 9% como barrendero o jornalero; 8% estuvo buscando empleo; 7% trabajó como telefonista o secretaria; 6% estuvo empleado; otro 6% fue contador o gerente y 12% trabajó como obrero o campesino. El 16% desempeñó alguna otra actividad y 12% no respondió.
- **Características del trabajo:** Para saber más detalles del tipo de trabajo de las personas se les preguntó si era de tiempo completo, medio tiempo, por ratos o ayudando a la familia. Del total, 39% manifestó realizar un trabajo de tiempo completo; 6% de medio tiempo; 3% lo hace por ratos y 1% ayuda a los miembros de su familia. A ese mismo 49% se le preguntó su función dentro de su trabajo. 25% se dedicaba a servicios y ventas; 16% a la albañilería o limpieza doméstica; 9% se desempeñaba como profesionista administrativo, de salud o finanzas; otro 9% como personal de apoyo administrativo; 7% como agricultor, ganadero o pescador; 8% como gerente, técnico o asociado profesional y 13% como mecánico, carpintero, operador de máquinas o conductor.
- **Puesto y tipo de institución en la que trabaja:** Del 48% que dijo tener un trabajo, la mayor parte (40%) manifestó ser un empleado asalariado, 21% un trabajador u obrero y 7% un agricultor o campesino. Por su parte, 18% dijo trabajar por su cuenta y 12% se declaró como propietario. De ese mismo grupo de

entrevistados, 42% trabajaba en alguna empresa privada, 9% en el gobierno y 4% en una empresa del gobierno. Por otro lado, 17% tenía un negocio propio, 2% trabajaba en una asociación, sociedad o institución no lucrativa y 22% realizaba prácticas independientes. Por último, 33% de los entrevistados dijo que la empresa o institución a la que pertenecía se dedicaba al comercio; 26% a los servicios; 20% a la industria o la construcción; 11% a la agricultura, pesca o ganadería y 4% a la educación.

- **Ingreso familiar mensual:** En cuanto al ingreso mensual de las familias de los encuestados, el 46% manifestó que asciende a entre 1 y 3 salarios mínimos; el 22% se ubicó entre los 3 y 5 salarios mínimos; el 6% entre 5 y 7 salarios mínimos y el 4% en el rango de más de 7 salarios mínimos. Por su parte, el 9% se ubicó en el rango inferior de 0 a 1 salario mínimo mensual.
- **Personas que dependen del ingreso familiar y número de habitantes del hogar:** La mayoría de los entrevistados (51%) dijo que entre 3 y 4 personas dependían del ingreso familiar; 16% de 1 a 2 personas; 19% de 5 a 6 personas y 3% manifestó que 7 personas o más dependían de su ingreso. Dichos porcentajes coinciden con los del número de personas que viven en el hogar de cada persona entrevistada. Al igual que la pregunta anterior, 51% declaró que viven entre 3 y 4 personas en su casa; 21% entre 1 y 2; 24% entre 5 y 6 personas y 4% dijo que vivían 7 personas o más en su hogar.
- **Jóvenes y niños dentro del hogar:** En cuanto a la composición de las familias, 21% del total de los entrevistados señaló que en su hogar vivía una persona menor de 18 años; 14% que dos; 5% que tres y 2% que 4 o más personas de menos de 18 años. Por otro lado, 19% dijo que vivía una persona menor de 6 años en su casa; 5% que vivían dos niños en ese rango de edad y 1% que tres o más de ellos.
- **Religión, religiosidad y asistencia al templo:** La población mexicana es en su mayoría católica, lo cual fue corroborado con el 81% de las personas que se declaró profesar dicha religión. Lo interesante fue que un mayor porcentaje (11%) dijo no tener una religión respecto al que dijo profesar alguna diferente a la católica (6%). Después se le preguntó a los entrevistados su grado de religiosidad a lo que 47% respondió ser algo religioso y 13%, muy religioso. Contrariamente, 12% dijo no tener creencias religiosas y 26% consideró no ser muy religioso. Por último, se le preguntó a la gente con qué frecuencia asistían a su iglesia o templo sin contar bodas o funerales. Un 20% manifestó hacerlo entre dos y tres veces al mes; 15% una vez al mes; 12% de dos a once veces al año; 13% una vez al año y 15% nunca asiste.
- **Idioma y lengua indígena:** Prácticamente toda la muestra (99%) declaró que el idioma hablado usualmente en su hogar era el español. Sin embargo, 6% de los entrevistados dijo hablar alguna lengua indígena.

- **Raza:** Se le preguntó a los entrevistados si se consideraban indígenas, mestizos, blancos o de otro grupo. 71% manifestó ser mestizo, 14% blanco y 10% indígena.
- **País de nacimiento:** Toda la muestra dijo haber nacido en México por lo que no hubo naturalizados dentro de ella

VI. ANÁLISIS

Con el objetivo de conocer algunos de los factores que motivan el voto y la intención de ir a votar de las personas se realizó el siguiente análisis:

- Primero, se presenta una gráfica de la relación entre los principales problemas del país y el interés de participación de los entrevistados para ver la relación entre ambas variables. La gráfica muestra que quienes identificaron a la inseguridad como el principal problema del país, tenían una mayor intención de acudir a las urnas. Es decir, 35% de los entrevistados que declararon estar totalmente interesados en ir a votar, también consideraron la inseguridad como el mayor problema. Sin embargo, 30% de los que dijeron no tener interés alguno, también mencionaron la inseguridad. Por lo que parece que la inseguridad podría haber sido, al inicio de las campañas, un elemento tanto de movilización como de desmovilización. El segundo problema mencionado por las personas que estaban más interesadas en votar fue el desempleo, lo cual va acorde con las teorías del voto económico. Al no estar satisfechos con la economía, los votantes tienden a participar más.
- Segundo, con el fin de saber cómo influye el panorama económico en la decisión del voto se comparó la variable de preferencia electoral con la visión prospectiva de la economía. La gráfica muestra la distribución de la intención de voto relacionada con la percepción de las personas sobre una posible disminución del ingreso en los siguientes 12 meses. Una mayoría de los votantes probables de López Obrador y Quadri de la Torre, consideraron que había una mayor probabilidad de que su ingreso disminuyera. Entre 50% y 57% de sus respectivos votantes manifestaron que era algo o muy probable una caída del ingreso el siguiente año. Por otro lado, después de los posibles votantes del PAN, los del PRI fueron los menos “preocupados” por la situación futura de la economía del hogar. Casi 37% de ellos consideró nada o poco probable la disminución en el ingreso.
- Tercero, observamos la relación entre la preferencia electoral al inicio de las campañas así como la preferencia en gasto gubernamental en distintos rubros.

En el caso del sector salud, aproximadamente 35% tanto de los posibles votantes de Vázquez Mota como de Peña Nieto consideró que el gobierno debía aumentar mucho el gasto en el sector salud. Por su parte, 40% de los votantes de López Obrador manifestó que el gasto debía ser algo más respecto al actual y entre 16% y 20% de los tres candidatos declaró que se debía gastar lo mismo. Finalmente, menos de 12% de los posibles electores de cualquier candidato consideraron que el gasto debía ser menor.

En cuanto al sector educativo, prácticamente el 70% de los posibles votantes del PRI y del PRD declararon que el gasto debía ser algo o mucho mayor al actual. En contraste, poco más de una quinta parte de los del PAN (23%) consideró que debía mantenerse el gasto tal y como está. Es importante mencionar que los votantes del partido Nueva Alianza son los que están menos en favor de gastar mucho más en la educación.

En cuanto al gasto relacionado con la disminución del desempleo, la mitad de los votantes probables de todos los partidos, a excepción de Nueva Alianza (43%) considera que se debe aumentar algo o mucho más el gasto en este rubro. Lo cual demuestra una preferencia por una mayor actividad del gobierno en generación de empleos entre los votantes probables de los tres partidos principales.

El gasto en el Ejército y la Marina es un tema importante debido a su actuación en el combate al crimen organizado. Un tercio de los votantes probables de cada uno de los candidatos considera que el gasto se debe mantener. Incluso, los allegados a la candidata del PAN, junto con los del PRI, manifestaron que el gasto debe disminuir de alguna forma. A pesar de ello, cerca de un tercio de las personas cercanas al PAN, PRI y PRD declararon que debe aumentar el presupuesto destinado a la seguridad nacional.

En cuanto al gasto relacionado con la policía y la aplicación de la ley, la distribución de los electores es muy similar al relacionado con el del Ejército y la Marina. En general, independientemente de sus preferencias electorales los encuestados se inclinan o a mantener o aumentar el gasto en estas áreas.

La mayor parte de los electores cercanos a cualquiera de los candidatos del PAN, PRI y PRD (entre 60% y 65% de cada uno) respondió que el gasto del gobierno destinado a los programas sociales debía ser mayor. En contraste, 55% de los electores allegados a Quadri de la Torre considera que el gasto debería mantenerse igual o disminuir en algún grado.

- d) Cuarto, por último, debido a la participación de una mujer como candidata de uno de los principales partidos políticos del país, se analizó la distribución de las respuestas a las preguntas de género con la preferencia electoral.

Al preguntar a los entrevistados si existía una diferencia entre tener un gobernante de género masculino o femenino para afrontar los problemas del país, la mayoría respondió que un hombre sería más capaz. Sin embargo, al ver la distribución de la respuesta relacionada con la intención de voto, la mayoría de los posibles electores de Josefina Vázquez Mota (53.75%) consideró que una mujer sería más capaz, lo cual es congruente con su preferencia electoral.

Posteriormente se le preguntó a los entrevistados si México estaba listo para que una mujer dirigiera el Poder Ejecutivo. En la gráfica es posible observar un efecto similar al de la gráfica anterior en relación con la candidata del PAN. En cambio, la mayoría de los posibles votantes del PRI, PRD y NA manifestó que el país no está listo.

VII. RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO POSELECTORAL

A continuación se presenta una descripción de los datos arrojados por la encuesta de poselectoral y comparaciones pertinentes entre el levantamiento preelectoral y el poselectoral. Posteriormente se describirán los resultados de la encuesta de salida a votantes y a funcionarios de casilla. Las bases de datos de este estudio estarán disponibles para su uso y consulta en el Banco de Información para la Investigación Aplicada en Ciencias Sociales (BIIACS) en el CIDE.

1 Módulo de preferencias electorales

En esta sección presentamos las estadísticas descriptivas de los principales temas cubiertos en la encuesta poselectoral. Asimismo, presentamos los resultados de análisis estadísticos pertinentes para evaluar los argumentos presentados en el marco teórico del presente reporte, en casos donde estos análisis fueron significativos o de relevancia para el marco teórico discutido con anterioridad.

- **Participación:** 86% de los entrevistados aseguró haber participado en las elecciones presidenciales del 1 de julio. Por su parte, 14% dijo que no acudió, ya sea porque no tenía edad para hacerlo, no supo dar una razón o se negó a responder. De forma similar, 85% de los encuestados manifestó haber participado en las elecciones de Diputados y de Senadores.
- **Voto en la elecciones presidenciales:** En cuanto a la dirección del voto, se le preguntó a los entrevistados, por qué partido o candidato votaron en las elecciones. En orden descendente, 43% declaró que votó por Enrique Peña Nieto independiente del partido o alianza a la que representó. En específico, 40% votó por él como candidato del PRI; 2% como candidato del PVEM y 1% como candidato de la alianza PRI-PVEM. Por su parte, 24% de los entrevistados dijo haber votado por Andrés Manuel

López Obrador. 20% lo hizo como representante del PRD; 1% como del PT; 1% como representante de Movimiento Ciudadano (MC) y 2% votó por él como candidato de la alianza entre las izquierdas. Por la candidata del PAN, Josefina Vázquez Mota, 22% declaró que votó por ella. Por último, 1% de las personas otorgó su voto a Gabriel Quadri de la Torre (Nueva Alianza, PANAL). En cuanto al voto nulo, 3% declaró haberlo anulado y 7% lo dejó en blanco. Sólo 1% dijo que no votó por ninguno de los candidatos anteriores o que no sabía por quién votó.

- **Voto para diputados federales:** Los resultados obtenidos en esta elección fueron muy similares a las del voto por el Presidente. 40% manifestó haber votado por los legisladores del PRI, 21% por los del PAN y 20% por los del PRD. El 3% votó por los diputados del PVEM, 2% por los de Nueva Alianza y 1% tanto por los del PT como por los de Movimiento Ciudadano. Por su parte, 11% dejó en blanco su voto o lo anuló y 1% no votó por ningún partido para diputados o no supo por quién lo hizo.
- **Voto para senadores:** De forma muy similar al voto por los diputados federales, los encuestados reportaron lo siguiente respecto al voto por los senadores. 39% dijo que votó por senadores del PRI; 21% por los del PAN y 19% por los de PRD. Por otra parte, 2% votó por los senadores del PVEM y otro porcentaje igual por los del Nueva Alianza; 1% manifestó haber votado por el PT y una cantidad igual por MC. Por su parte, 11% dejó en blanco su voto o lo anuló y 1% no votó por ningún partido para senadores o no supo por quién lo hizo. Los dos resultados anteriores muestran el efecto de la elección presidencial sobre el resto de las elecciones. Normalmente es un porcentaje bajo el que decide dividir su voto entre las distintas elecciones, y al ser la campaña presidencial la más relevante, ésta afecta el voto ciudadano para las otras elecciones disputadas en la misma jornada.
- **Voto retrospectivo:** Se indagó también la participación electoral de los entrevistados en las elecciones intermedias de 2009. 70% de los entrevistados manifestó haber participado; 20% dijo no haberlo hecho y 9% no tenía edad o no estaba dado de alta en el padrón o no tenía credencial de elector. El 1% restante dijo no saber o se negó a responder.
De los que dijeron votar en 2009 por diputados 40% declaró haber votado por el PRI, 28% por el PAN y 18% por el PRD.
- **Identidad partidista:** Uno de los principales factores explicativos del voto es la identificación partidista de los electores. Por ello, se le preguntó a los entrevistados, independientemente de por quién votaron, con cuál partido se identifican. Como “partidistas duros” se podría clasificar al 16% que se consideró *muy priista*, al 7% *muy perredista*, al 6% *muy panista* y al 1% *muy verde-ecologista*. Por su parte, como “partidistas blandos” se clasificaría al 12% que se declaró *algo priista*, al 10% *algo panista* y al 5% *algo perredista*. Sin embargo, es importante destacar que más de un tercio de los entrevistados (39%) no se identificó con algún partido.

- **Afinidad de candidatos presidenciales:** Otro argumento sobre los factores que intervienen en la decisión del voto es el de la afinidad respecto a los candidatos. Para conocerla, se le pidió a los entrevistados que calificaran a los candidatos presidenciales del 0 (*no le gusta nada*) al 10 (*le gusta mucho*) después de escuchar su nombre. Los dos candidatos mejor calificados fueron Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador con 7.3 cada uno. Por su parte, Josefina Vázquez Mota obtuvo un 6.1 en promedio y Gabriel Quadri de la Torre 6.0.
- **De qué trató la elección:** Para saber cuál tema de campaña fue el común denominador entre los candidatos, se le preguntó a los encuestados de qué se trató la elección principalmente. Al respecto, 26% dijo que lo principal era escoger a la persona más preparada para gobernar el país. En segundo lugar, 21% manifestó que el tema central fue el combate al crimen organizado. Empatados en tercer lugar, 16% señaló que lo principal era la creación de empleos, otro 16%, el combate a la pobreza y otro, la mejora en la economía de las personas. Tan sólo 5% consideró que las elecciones se enfocaron en los problemas del campo. Las diferentes perspectivas sobre de qué se trató la elección no afectaron significativamente la probabilidad de ir a votar o la dirección del voto en la elección.
- **Importancia del partido en el poder:** En el cuestionario se creó una escala del 1 al 5 para determinar si las personas consideran que el partido en el gobierno importa en la toma de decisiones. El 1 significa que NO importa el partido gobernante y el 5 que HACE la diferencia. En promedio (3.9) los encuestados consideraron que sí marca la diferencia el partido al que pertenece el gobernante.
- **Influencia del voto:** En una escala similar, donde 1 significa que el voto NO tiene influencia sobre lo que pasa en el país y 5 que el voto HACE la diferencia, se le preguntó a los entrevistados la influencia que tiene el voto. En promedio (4.1) los individuos consideran que el voto sí tiene influencia sobre lo que sucede en el país. Los encuestados piensan que el voto si afecta de manera significativa lo que sucede en el país. Este resultado es importante para el buen funcionamiento y sustentabilidad de la democracia en el país.
- **Elecciones limpias:** Para conocer la percepción de “limpieza” de las elecciones, se le pidió a los encuestados que se ubicaran dentro de una escala del 1 al 5 en donde 1 significa que las elecciones NO fueron limpias y 5 que las elecciones Sí fueron limpias. En promedio (3.3), tomando en cuenta que el 3 es el valor intermedio, se puede interpretar que los individuos consideran que las elecciones de julio fueron más o menos limpias, independientemente de si acudieron a las urnas o no.

2 *Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso.*

- **Principal problema:** Con el fin de conocer cómo percibían el contexto nacional en el que se llevaba a cabo el proceso electoral, se le preguntó a los entrevistados cuál consideraban que era el principal problema del país. Casi una tercera parte de los entrevistados (32%) consideró que la *inseguridad o delincuencia* eran el principal problema del país. La segunda respuesta más repetida fue el *desempleo* con 24%. Le siguió la *mala economía* (10%) y después el *mal gobierno* (6%). Estos datos muestran que la economía no era la principal preocupación entre el electorado al emitir su voto, sino la situación de seguridad derivada del combate al crimen organizado. Por lo tanto, los votantes evaluaron al gobierno federal saliente con base a la guerra en contra del crimen organizado más que en el desempeño económico del país. Si bien no hubo ninguna diferencia significativa entre los encuestados que votaron y los que se abstuvieron de votar en cuanto a la percepción de cuál es el principal problema del país, éste no fue el caso al analizar estadísticamente la preferencia electoral de los encuestados. Entre las personas que consideraron la inseguridad como el principal problema del país, la mayoría de éstos votaron de manera significativa por EPN para la presidencia seguidos de los votantes de JVM y de AMLO. Parecido ocurrió entre los votantes que consideraron la economía como el principal problema, la mayoría votó por EPN, seguido por AMLO y por JVM. Estas diferencias son estadísticamente significativas (valor- $p=0.00$). Por lo tanto, se puede decir con confianza que los votantes que querían un cambio en el manejo de la economía optaron por otras opciones diferentes a las del partido en el gobierno. Mientras que la mayoría de los votantes que buscaba un cambio en el manejo de la seguridad apoyó al candidato del PRI-PVEM pero seguían considerando a la panista más capaz de lidiar con este tema que al candidato de las izquierdas.
- **Situación actual del país:** Aunado a la pregunta anterior, se preguntó a los encuestados si consideraban que la situación del país respecto al año anterior era *mejor, igual de bien, igual de mal o peor*. La mayoría de las personas (52%) consideró que la situación había empeorado; 24% que estaba igual de mal; 11% igual de bien y 12% consideró que había mejorado. Esto implica que poco más de tres cuartos de los entrevistados (76%) tenía una visión pesimista de la situación del país. Esta pregunta se utiliza como una aproximación de la evaluación ciudadana del desempeño del gobierno del Presidente Calderón y las expectativas de que apoyaran a su partido en el gobierno. Si una mayoría de la población se mostraba satisfecha con el desempeño del gobierno se puede esperar que el partido en el poder se beneficie de este sentimiento y viceversa. Las personas que tenían una visión negativa de la situación del país tendían a votar por Peña Nieto seguido de López Obrador de manera significativa (valor- $p=0.00$). Esta evidencia muestra que, como en otras democracias, el electorado que evalúa de manera negativa la situación de su sociedad tiende a preferir a los partidos fuera del gobierno nacional.

- **Visión retrospectiva del estado de la economía nacional:** En lo referente a la economía, se preguntó si la situación de México había mejorado o empeorado en los últimos 12 meses. Al respecto, 31% consideró que había permanecido igual; 33% que había empeorado mucho; 15% que había empeorado poco; 15% que había mejorado poco y 4% que había mejorado mucho. Una vez más, estos datos muestran que también había una visión pesimista de la economía en el periodo posterior a las elecciones, lo cual puede considerarse como un factor que afectó al PAN en las elecciones.
- **Mejora en la calidad de vida:** Para conocer la visión prospectiva de los entrevistados, se les preguntó la probabilidad de que su calidad de vida mejore en los siguientes 10 años. 16% consideró que es muy probable que mejore; 37% consideró que es algo probable; 30% consideró que es poco probable y 8% que nada probable. A diferencia de la visión retrospectiva, en la prospectiva la mayoría de las personas (53%) se mostraron optimistas y manifestaron que su vida mejorará en algún grado en los siguientes 10 años.
- **Disminución del ingreso familiar mensual:** En cuanto a una posible disminución en el ingreso del hogar de los entrevistados en los siguientes 12 meses, 14% lo consideró muy probable, 37% algo probable, 30% como poco probable y 8% como nada probable. A diferencia de la pregunta prospectiva anterior, la mitad (51%) de los respondientes declaró que el ingreso de su hogar se vería afectado en el siguiente año.
- **Diferencias en el nivel ingreso:** Por último, para saber si los entrevistados atribuyen alguna responsabilidad al gobierno sobre las diferencias en el ingreso, se les preguntó qué tan de acuerdo estaban con la afirmación de que el gobierno debería tomar medidas para reducirlas. Del total, 31% manifestó estar muy de acuerdo con la frase y 33% algo de acuerdo; es decir, 64% consideraron que el gobierno debía hacer algo para reducir las diferencias en el ingreso de las personas. Por su parte, 13% declaró no estar de acuerdo ni en desacuerdo. Por último, 10% estuvo algo desacuerdo y 8% muy en desacuerdo.

3 *Módulo CSES: Gasto Público/Gasto del gobierno*

- Para conocer la percepción de los entrevistados sobre el gasto del gobierno, se les leyó una lista de diferentes rubros para saber si el gasto debía ser por lo menos algo mayor al de ahora, el mismo o por lo menos algo menor. Además se le señaló a las personas que un gasto mayor podría implicar un aumento en los impuestos y uno mejor, la reducción de ciertos servicios. En los siguientes rubros la mayoría de los encuestados considera que el gasto público debe aumentar: educación (78%), salud (78%), pensiones para las personas de la tercera edad (70%), programas de apoyo para desempleados (66%) y programas

sociales como Oportunidades (64%). En contraste, sólo una minoría se expresó a favor de aumentar el gasto gubernamental destinado a la policía y la aplicación de la ley, (48%), mientras que el 27% opinó que debía ser el mismo y el 19% que debía disminuir. Sobre el Ejército y la Marina, el 40% manifestó que el gasto debería aumentar, 38% mantenerse igual y 23% disminuir. Por lo tanto, estos datos muestran que los entrevistados votaron pensando en que el gobierno debería optar por invertir más en la educación, la salud y los programas sociales, que en programas relacionados a la fuerza pública en sus diversas formas y aplicación de la ley.

4 *Módulo CSES: Movilización*

- **Contacto Institucional y tipos de contacto:** Para conocer la cercanía de los partidos políticos o candidatos con sus posibles electores, se le preguntó a los encuestados si habían sido contactados por ellos de alguna forma. Debido a que la encuesta preelectoral se hizo al inicio de la campaña y la poselectoral después del día de la elección presidencial, se esperaba que aumentara el contacto. Así, se observa que sí incrementó el contacto institucional en el electorado. El 21% manifestó haber sido contactado por Enrique Peña Nieto, el PRI o el PVEM, 13% más contactados que en la encuesta preelectoral. El 13% declaró haber sido contactado por Josefina Vázquez Mota o el PAN, 7% más contactados que al inicio de la campaña. El 11% por Andrés Manuel López Obrador, el PRD, el PT o el Movimiento Ciudadano, aumentando así 5% de los entrevistados. El candidato con el menor porcentaje (4%) de contacto siguió siendo Gabriel Quadri de la Torre de Nueva Alianza, aunque aumentó 2%. De esta forma, la campaña de Enrique Peña Nieto tuvo una mejor aproximación en el electorado pues fue la que más presencia tuvo y la que tuvo un mayor aumento en la campaña. Estas diferencias entre los contactos en la encuesta preelectoral y la poselectoral son todos significativos (valor-p=0.00).

En cuanto a las estrategias que siguieron, tanto el PRI-PVEM y como el PAN optaron por el correo postal y el teléfono al inicio de la campaña, posteriormente utilizaron el contacto personalmente (cara a cara). El PRD-PT-MC mantuvo principalmente el contacto cara a cara con los electores y el correo postal. Por último, el candidato de PANAL apostó en primer lugar por el correo electrónico y en segundo lugar por el correo postal al inicio de la campaña y posteriormente utilizó más el contacto por correo postal en primer lugar y luego cara a cara. Con esto podemos observar el dinamismo en las estrategias de contacto de cada uno de los candidatos presidenciales. Es interesante señalar que el contacto cara a cara sigue siendo el principal recurso al final de la campaña y que recuerda el electorado (con la excepción de Gabriel Quadri de la Torre que lo utiliza en segundo lugar).

Estas diferencias en estrategias de campañas son significativamente diferentes entre la encuesta preelectoral y la poselectoral:

- El contacto cara a cara: JVM. EPN y AMLO (valor- $p=0.00$ para los tres); y GQT (valor- $p=0.02$)
 - Por correo postal: JVM (valor- $p=0.01$) y EPN (valor- $p=0.05$)
 - Por teléfono: sólo en el caso de AMLO (valor- $p=0.001$)
 - Por correo electrónico: JVM (valor- $p=0.04$); EPN, AMLO y GQT (valor- $p=0.00$ para los tres candidatos)
 - Mediante una red social: JVM (valor- $p=0.01$), EPN (valor- $p=0.00$) y AMLO (valor- $p=0.08$).
- **Contacto personal y tipo de contacto:** Con el objetivo de conocer cómo interactúan las personas políticamente en su círculo más cercano, se le preguntó a las personas entrevistadas si algún amigo, familiar, vecino, conocido o compañero de trabajo las había tratado de convencer de votar por algún candidato en particular. De igual forma, se espera que estos datos sean mayores al final de la campaña que al inicio. En general sí hay un aumento pero es mucho menor que en el contacto institucional. Un 14% de los entrevistados declaró que un amigo trató de convencerlos en la encuesta poselectoral; 3% más que en la encuesta preelectoral, siendo una diferencia significativa (valor- $p=0.03$). El 10% señaló que un familiar lo trató de convencer al final de campaña mientras que 8% al inicio de la misma, siendo esta diferencia también significativa (valor- $p=0.01$). El 9% dijo que su contacto personal era un vecino; 2% más al inicio de la campaña, diferencia también significativa (valor- $p=0.00$).

Tanto en la encuesta preelectoral como en la poselectoral, más de tres cuartos de quienes declararon haber sido contactados por alguna persona cercana, manifestaron que lo hicieron de forma personal, es decir, en un encuentro cara a cara. El teléfono y las redes sociales fueron el siguiente medio de contacto más común. Al analizar si estas comparaciones son estadísticamente significativas, se puede decir que tienen validez si un amigo lo contacta por correo postal (valor- $p=0.05$) o un vecino por el mismo medio (valor- $p=0.01$). De igual forma, ser contactado por un amigo por teléfono es significativamente diferente en los dos levantamientos (valor- $p=0.01$) al igual que mediante una red social (valor- $p=0.04$).

- **Registro para obtener información o alertas de la campaña vía Internet:** Por último, para conocer si la gente utilizó el Internet como un medio para mantenerse al tanto de los o algún candidato o partido, se preguntó a los entrevistados si vía celular o Internet (Twitter, Facebook, blog o correo electrónico) se habían registrado para recibir cierta información o alertas. Se observa un aumento significativo del uso de registros a lo largo de la campaña: de 7% a 9% encuestados manifestó haberlo hecho (valor- $p=0.00$).

5 *Módulo CSES: Índice de información política*

Como se mencionó anteriormente el Módulo 4 del CSES incluye preguntas estandarizadas para medir el nivel de conocimiento político de los encuestados en todos los países participantes. En esta encuesta se incluyeron las preguntas que se utilizaban anteriormente para medir el nivel de conocimiento político así como las nuevas preguntas para comparar ambas mediciones. Los resultados obtenidos se llevarán al *Comité de Planeación* del CSES para mostrar el desempeño de las nuevas preguntas que buscan medir el conocimiento político de la ciudadanía.

5.1 *Índice de información política (anterior)*

- Como se explicó anteriormente, el Índice de Información Política (IIP) ha cambiado en este Módulo 4 de CSES. Por lo tanto en este reporte presentamos el IIP anterior y el nuevo para mantener la continuidad con los años anteriores aparte de comenzar con la nueva medición. Las mediciones del IIP anterior son las siguientes:
- **Nombre del actual gobernador de su estado:** Durante las entrevistas se le preguntó a las personas si sabían el nombre del gobernador de su estado. Un 76.5% respondió correctamente. Es decir, se cumplió el propósito de ser una pregunta “fácil” ya que más de dos tercios de los encuestados sabía el nombre de su gobernador.
- **Duración del cargo de Diputado:** Cuando se preguntó los años que dura un Diputado en su puesto, 59.8% de la gente supo la respuesta. Esto implica que tuvo un porcentaje de respuesta menor a la pregunta anterior, pero con un grado medio de dificultad.
- **Cámaras que conforman el Congreso de la Unión:** 61.9% de los entrevistados sabía que el Congreso está conformado por la Cámaras de Diputados y de Senadores. Esto quiere decir que en realidad no se trató de una pregunta difícil de responder ya que casi dos tercios respondió correctamente. Sin embargo, se ponderó la pregunta como la de mayor dificultad dentro del índice.
- **Resultados del Índice de Información Política (anterior):** Una vez ponderadas las respuestas a las tres preguntas anteriores, se obtuvieron los siguientes resultados. El 48.9% de la población entrevistada obtuvo un grado alto de conocimiento político; 20.9% medio; 18.7% bajo y 11.5% nulo. Por lo tanto, casi 70% de las personas se colocaron en el nivel medio o alto del IIP.

5.2 *Índice de información política (nuevo)*

- El nuevo IIP toma valores del 1 al 3, donde 1 es “nulo (0 aciertos)”;
- “2 bajo (1 acierto)” y “3 medio-alto (2 a 4 aciertos)” midiendo los aciertos a las siguientes preguntas:
- **Nombre del Secretario de Hacienda:** Al preguntar a los entrevistados el nombre del Secretario de Hacienda, sólo 5.7% contestó de manera correcta.
- **Tasa de desempleo en México:** Prácticamente ninguno de los entrevistados respondió correctamente la tasa de desempleo, sólo 9.1% lo hizo.
- **Partido con el segundo lugar en la Cámara de Diputados:** Casi una cuarta parte de los encuestados (19.2%) supo qué partido ocupaba el segundo lugar en la Cámara de Diputados.
- **Nombre del Secretario General de la ONU:** A pesar de que esta pregunta está relacionada con un dato del contexto internacional, una mayor cantidad de personas (9%) conocía la respuesta a diferencia de la relativa al Secretario de Hacienda.
- **Resultado del Índice de Información Política (nuevo):** Una vez que se ponderaron las respuestas de las cuatro preguntas anteriores, se encontró que 69.4% de los entrevistados tenía un nulo conocimiento político; 24.2% tenía un conocimiento bajo y 6.4% uno medio-alto. A diferencia del índice anterior, en esta ocasión la mayoría de la población no tiene conocimiento alguno de la política de acuerdo con este indicador.

6 *Recordación de Publicidad*

El objetivo de incluir preguntas sobre recordación de publicidad electoral es medir el efecto de las campañas electorales de los distintos partidos políticos y candidatos electorales. En general, hubo una disminución de la recordación de los anuncios de Josefina Vázquez Mota y Enrique Peña Nieto mientras que hubo un aumento en la recordación en los anuncios de Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre.

- **Publicidad de Josefina Vázquez Mota:** Del total de los entrevistados, 68% manifestó haber visto o escuchado algún anuncio de la candidata del PAN en radio o televisión al inicio de la campaña, mientras que 63% se acordaba de algún anuncio de ella después de la elección (valor- $p=0.00$). Las diferencias más notables en la recordación de publicidad es que al inicio de la campaña los encuestados recordaban el spot de “Una presidenta con falda, pero con muchos pantalones” (16%) seguido del spot de “Pisos

firmes” (7%). No obstante, para la encuesta poselectoral el spot que más se recordó fue el de *“Pacto con las mujeres”* (7%). Esto es evidencia de los cambios en la memoria de corto plazo del electorado el cual tiende a recordar más los anuncios que ha visto más próximos al momento del levantamiento de la encuesta.

- **Publicidad de Enrique Peña Nieto:** Al hacer la misma pregunta respecto al candidato del PRI-PVEM, tres cuartas partes (75%) de los entrevistados dijo haber visto o escuchado algún anuncio cuando empezó la contienda electoral mientras que (67%) se acordaba de algún anuncio al final de la misma (valor- $p=0.00$). El anuncio más recordado del candidato del PRI en un inicio fueron aquellos donde está *“recorriendo estados”* con 34% de menciones. Sin embargo, es importante destacar que 4% de las personas recordó el anuncio de *“Peña no cumple”* al hacerles la pregunta. Las frases más recordadas por la audiencia fueron las relativas al cumplimiento de sus compromisos con 11% de las menciones.
- **Publicidad de Andrés Manuel López Obrador:** Respecto al candidato del PRD-PT-MC, 54% de la muestra declaró haber visto o escuchado algún anuncio suyo en radio o televisión (valor- $p=0.00$). El anuncio más recordado de López Obrador fue en el que sale con su hijo pequeño (12%). El segundo más recordado fue el de la historia de México (9%). Las tres frases más recordadas con 4% de menciones cada una fueron *“Tenemos experiencia, ya lo hicimos en el DF”*, *“Me comprometo con ustedes y con mi hijo”* y *“El cambio verdadero está en tus manos”*.
- **Publicidad de Gabriel Quadri de la Torre:** Por último, los anuncios del candidato del PANAL fueron los menos recordados por las personas ya que menos de un tercio (29%) mencionó recordar sus mensajes y los pudo identificar de manera correcta. (valor- $p=0.00$). Dentro de esa proporción, 5% recordó *“algunos jóvenes en una combi”* y otro 5% declaró haber escuchado o visto un anuncio sobre violencia de género. Una de las frases más recordadas también era relativa a su propuesta de género: *“educar para dignificar el rol de las mujeres”* (4%) y la otra se refería a fomentar la denuncia de delitos (4%).

7 Radio y medios de comunicación escritos

Se hizo una batería de preguntas para averiguar de dónde los electores recibían noticias electorales. En este caso se quería averiguar sobre la cobertura de la radio y noticias periodísticas y por Internet. Hay hipótesis que argumentan que en esta época las personas se informan más a través del Internet que a través de los medios tradicionales. Por lo tanto queríamos analizar las fuentes por las que se informa el votante mexicano.

- **Noticias electorales en radio:** Para saber qué tanta exposición tuvieron las personas a las noticias electorales se les preguntó cuántas consideraban que habían escuchado. Más de una tercera parte (36%) dijo que no escucha noticias por radio y otra tercera parte dijo que escuchó pocas noticias. Tan sólo 9% manifestó que escuchó muchas noticias electorales a través de la radio.
- **Noticias electorales en periódicos:** El mismo tipo de pregunta se formuló para saber la exposición a noticias electorales en periódicos. Más de la mitad (55%) de los encuestados dijo que no leyó noticias y una cuarta parte dijo que leyó pocas noticias. Tan sólo 5% manifestó que leyó muchas noticias electorales en los periódicos.
- **Noticias electorales en internet:** Por último, se preguntó la exposición a noticias electorales en internet. 42% de los encuestados dijo que no tenía internet y 30% dijo que no vio o leyó noticias por este medio. Tan sólo 3% manifestó que leyó muchas noticias electorales por internet.

Estas cifras muestran que el votante mexicano todavía no tiene amplio acceso al Internet y, aún los que lo tienen, no lo utilizan para informarse. La cifra de personas que escucharon noticias por la radio o las leyeron por el Internet o en periódicos es tan reducida que no tiene efecto alguno en la probabilidad de acudir a las urnas o en la dirección del voto.

8 *Participación política y clientelismo*

- **Acciones políticas realizadas:** Una de las preguntas para conocer de forma general cómo participan políticamente los encuestados fue si habían hecho una serie de acciones para expresar su opinión en los últimos 5 años. De tal forma, 6% dijo haber participado en marchas; 5.3% mencionó que firmó una carta para presentar una queja al gobierno; 2.6% participó en algún plantón; 1.6% participó en bloqueos de calles o carreteras. Éstas fueron las principales acciones. Los encuestados que participaron en estas actividades no se diferenciaron de los demás en su probabilidad de acudir a las urnas.
- **Probabilidad de participar en acciones políticas:** Para conocer la probabilidad de participar en acciones políticas se les pidió a los entrevistados que se auto-ubicaran en una escala del 1 al 7, donde 1 es nada probable y 7 totalmente probable, que realizaran algunas acciones. De esta forma, las principales acciones que se los encuestados harían son: firmar una carta para presentar una queja al gobierno (2.7%); participar en una manifestación pacífica (2.2%); participar en algún plantón (1.6%); participar en bloqueos de vías públicas (1.4%).

- **Acciones más eficaces para que el gobierno atienda las demandas de los ciudadanos:** Parte de la participación política es entender cómo evalúa la ciudadanía los instrumentos de participación política. De esta forma se les preguntó cuál de las siguientes opciones (votar o participar en manifestaciones) era mejor para que el gobierno atendiera las demandas ciudadanas. Así, 75% mencionó que votar es una mejor opción mientras que 14.7% señaló participar en manifestaciones y protestas. 10.3% de los entrevistados no supieron o no contestaron. Estos datos demuestran que los votantes mexicanos creen en el voto como la herramienta ideal para que se lleven a cabo las políticas públicas que prefieren de manera significativa (valor- $p=0.00$).
- **Apoyo general a los candidatos o partidos:** Para conocer si los entrevistados apoyaron a algún partido o candidato y de qué forma lo hicieron se les preguntó qué tipo de cosas habían hecho hasta ese momento de la campaña electoral. Un 19.6% declaró que había puesto algún anuncio en la fachada de su casa; 10.9% pegó propaganda en su coche; 16.4% usó propaganda en su ropa, y 11% participó en mítines o actos de campaña. Tan sólo 3.6% de las personas manifestó haber utilizado las redes sociales (Twitter y Facebook) para apoyar o rechazar a algún partido o candidato. Hubo una diferencia significativa entre los votantes que apoyaron de alguna manera a los partidos y a los candidatos en la dirección esperada: aquéllos que apoyaron de alguna manera a éstos acudieron más a las urnas que aquéllos que no los hicieron (valor- $p=0.00$).
- **Apoyo económico a los candidatos o partidos:** Otra forma de apoyar a un candidato o partido es mediante algún donativo económico. Al respecto, sólo el 1% de la muestra dijo haberlo hecho mientras que, por el contrario, 99% de las personas negó haber dado algún apoyo económico. Por el porcentaje tan pequeño de aquéllos que apoyaron económicamente a algún partido político o candidato no hay diferencias significativas entre las personas que donaron y las que no lo hicieron.
- **Regalos al entrevistado:** En el lado opuesto de la moneda, se analizó qué hicieron los candidatos o partidos para atraer votos. Por ello se le preguntó a los entrevistados si algún partido o candidato les había dado algún regalo hasta ese momento de la campaña. 20% de los entrevistados recibió algún regalo. De éstos, se mencionó que 76.8% eran de Peña Nieto (PRI-PVEM), 30% de Vázquez Mota (PAN), 21.8% de López Obrador (PRD-PT-MC) y 8% de Quadri de la Torre (NA). Posteriormente se les preguntó qué tipo de regalos habían recibido. Dentro de esos porcentajes, entre 29% y 41% recibieron playeras por parte de los candidatos del PRI-PVEM, PAN y PRD-PT-MC. Por su parte, quienes recibieron algún regalo del candidato de Nueva Alianza, recibieron principalmente artículos de cocina, sombrillas y playeras. Es importante destacar que las respuestas pueden estar subestimadas debido a la connotación negativa que tiene el hecho de recibir algo durante la campaña. No se observaron diferencias significativas entre las personas que dijeron haber recibido un regalo y las que no en su asistencia a las urnas.

- **Regalos en su colonia:** Con el objetivo de eliminar dicha connotación se modificó la pregunta para saber si en la colonia de los entrevistados habían recibido algún regalo. Los porcentajes de respuesta no son muy diferentes a la pregunta anterior. 30% de los entrevistados dijeron que sus vecinos habían recibido algún regalo. De éstos, 84% de los entrevistados dijo que en su colonia recibieron regalos de Peña Nieto, 38% de Vázquez Mota, 22% de López Obrador y 7% de Quadri de la Torre. De igual forma, las playeras fueron el objeto más regalado (23%-30%) por Peña Nieto y Vázquez Mota. Sin embargo, las menciones de gorras y despensas regaladas (16% y 15%, respectivamente) fueron los regalos más mencionados de López Obrador. En este caso, tampoco hay una diferencia entre personas que dijeron saber que sus vecinos recibieron regalos y el resto de la muestra en la asistencia a las urnas.

En cuanto a la asistencia a las urnas el haber recibido regalos de los partidos políticos no fue un factor que la afectara. En la literatura de relaciones clientelares se sabe que los partidos políticos dan favores o regalos clientelares a los votantes por dos razones, una para que voten por ellos y otra para simplemente movilizar a los votantes. La evidencia que tenemos de la encuesta demuestra que, en este caso, las relaciones clientelares no movilizaron más a los que las recibieron en comparación con los que no recibieron algún regalo.

9 *Estereotipos*

Los estereotipos relacionados a grupos sociales (p. ej. mujeres, indígenas, etc.) pueden afectar de manera consciente o inconsciente la dirección del voto de los ciudadanos. La candidatura de Josefina Vázquez Mota como candidata del PAN a la presidencia dio la oportunidad de estudiar el efecto de los estereotipos relacionados a las mujeres para ver si afectaron o no las preferencias electorales de la ciudadanía como se ha visto en otros contextos (Bligh et. al 2012). Asimismo, la investigación previamente realizada en México ha demostrado que el color de piel y las facciones de los candidatos tienen un efecto en la decisión electoral de la ciudadanía, ya que los votantes prefieren a candidatos de color de piel más clara y facciones europeas (Aguilar 2009).

- **Color de piel de los candidatos:** Por primera vez se realizó alguna pregunta relativa al color de piel de los candidatos para saber si ésta genera o no alguna predisposición en las personas. Por ello, se le preguntó a los entrevistados si consideraban si era más difícil para los candidatos de piel oscura obtener votos. El 16% consideró que sí les es más difícil. Por su parte, 84% declaró que el color de piel no importa para obtener votos. Dichos porcentajes se mantuvieron prácticamente igual respecto a la encuesta preelectoral. No hubo una diferencia significativa entre las personas que acudieron a las urnas y las que se abstuvieron en su opinión sobre el efecto del color de piel de los candidatos. Sin embargo, si hubo una diferencia significativa entre los votantes de Andrés Manuel López Obrador, ya que de los que opinaban que el color de piel del candidato era relevante, una mayoría votó por él (valor- $p=0.04$). Este

resultado está acorde con datos sobre el electorado en otros países como en EE.UU. dónde son los votantes de ideologías más de izquierda los que perciben un efecto negativo del color de piel oscura.

- **Importancia del color de piel para ser exitoso:** Un 16% de los encuestados considera que es más fácil para las personas de piel clara ser exitosos. Dicho porcentaje contrasta con el 80% que considera que el color de piel no es factor explicativo del éxito.
- **Importancia del color de piel para conseguir un buen empleo:** Al preguntar a los encuestados si consideraban que quienes tienen piel morena tienen más dificultades para conseguir un buen empleo, 20% respondió afirmativamente y 76% negativamente.
- **Sesgo de género para presidente:** Por primera vez en la historia de México, una mujer con posibilidades de ganar al ser postulada como candidata del partido en el poder participó en las elecciones. Por ello, se le preguntó a los encuestados si, dado ese contexto actual del país, quién consideraban que podría gobernar mejor: un hombre o una mujer. Un 45% afirmó que un hombre gobernaría mejor, mientras que 40% dijo que no importa el género de quien ocupe el cargo y 15% consideró que una mujer podría hacerlo mejor. La mayoría de las personas que opinaban que una mujer tendría un mejor desempeño votó de manera significativa por Josefina Vázquez Mota (valor- $p=0.00$). Sin embargo, es importante señalar que los votantes de Andrés Manuel López Obrador no se diferenciaban de manera significativa en este rubro, es decir, que pensaban que tanto como un hombre o una mujer gobernarían igual. Este no es el caso para los votantes de Enrique Peña Nieto quienes pensaban de manera significativa que un hombre sería un mejor presidente (valor- $p=0.00$). Estos datos demuestran que, de acuerdo con la literatura, las personas que se identifican con la izquierda tienden a ser un poco más igualitarias que el resto y que la presencia de una mujer candidata puede hacer que sus votantes cambien su opinión sobre la capacidad de gobernar de una mujer.
- **Desigualdad económica por género:** Por último, para saber qué tipo de estereotipos de género existen en el plano económico, se le preguntó a los entrevistados si la desigualdad económica entre hombres y mujeres se debe a la discriminación que existe o a que las mujeres prefieren quedarse en su hogar. Un 25% consideró que la desigualdad se debe a la segunda razón mientras que 65% lo atribuye a la primera.
- **Discriminación:** Como indicador para saber el grado de discriminación entre las personas hacia ciertos grupos sociales, se le preguntó a los entrevistados si aceptarían o no que algunas personas vivieran en su casa. Al preguntar sobre personas de otra etnia o raza, 58% dijo que sí aceptaría que vivieran en su casa, pero una cuarta parte dijo que no. Respecto a personas con SIDA 43% que sí lo aceptaría y más de una tercera parte (36%) dijo que no lo haría. De forma similar 44% sí aceptaría a trabajadores inmigrantes extranjeros y 36% no. Respecto a diferencias religiosas, 57% manifestó que sí viviría con una persona de

diferente religión y 26% que no lo haría. La mayor tolerancia se da entre las diferencias políticas ya que 63% sí aceptaría vivir con personas que votan por un partido político distinto y sólo una quinta parte no lo haría. En contraste, el grupo más discriminado es el de homosexuales ya que 42% sí viviría con una persona con tales preferencias sexuales, pero una cantidad similar (40%) no lo haría.

10 Crimen y Seguridad

- **Percepción sobre la seguridad:** Para conocer si el contexto de violencia en México estuvo presente en la decisión electoral de las personas, se les hicieron las siguientes preguntas. Primero, se les pidió que respondieran si la violencia relacionada al crimen organizado había empeorado, mejorado o se había mantenido igual respecto al año anterior. El 44% consideró que había empeorado y 33% que se había mantenido igual de mal. Por otro lado, el 10% declaró que había mejorado y 13% que se había permanecido igual de bien. Esto muestra que en realidad había una percepción negativa sobre la violencia durante las elecciones. A medida que los encuestados percibían que la violencia en el país ha empeorado en los últimos doce meses tienden a acudir significativamente menos a las urnas (valor- $p=0.00$). Asimismo, aquellos encuestados que percibían que el nivel de violencia en el país ha disminuido tendieron a votar significativamente más por Vázquez Mota que por los demás candidatos (valor- $p=0.00$). Estos datos demuestran que la violencia importó, al igual que la economía, en el momento de decidir si se respaldaba al candidato del partido en el poder o a alguno de los candidatos opositores.
- **Afectación por la violencia:** Posteriormente se le preguntó a los entrevistados si ellos, algún familiar, amigo o conocido se había visto afectado por la violencia relacionada con el crimen organizado para saber si fue un factor que tomaron en cuenta al decidir su voto. El 39% manifestó que ni ellos, ni personas cercanas se habían visto afectados. Por su parte, 19% declaró que algún conocido si lo fue, 15% dijo que un amigo, 16% que un familiar y 8% que ellos mismos. Estos resultados, con los de la pregunta anterior, muestran que sí había una percepción de violencia, y que más de la mitad de los encuestados han vivido en carne propia o a través de terceros escenarios de violencia. Los votantes de Josefina Vázquez Mota tendieron a reportar menos experiencia de violencia cercana de manera significativa en comparación con las personas que votaron por los otros candidatos (valor- $p=0.01$). Finalmente, no hay diferencias significativas entre los individuos que fueron a votar y los que no en su experiencia con actos violentos.
- **Afectación de la violencia por el crimen organizado a nivel local:** Con el objetivo de conocer la afectación a nivel local, se preguntó si en su municipio o delegación hubo algún acto de violencia relacionado con la lucha contra el crimen organizado. El 50% manifestó que si hubo y el otro 50% que no. Además, 37% consideró que la violencia en su municipio o delegación había permanecido igual de mal en

los últimos doce meses y 34% que había empeorado. En contraparte, el 19% dijo que la situación había permanecido igual de bien y 10% que había mejorado.

- **Responsable de la violencia:** Otro aspecto importante para saber cómo afecta la violencia en la decisión de voto de las personas es conociendo a quién atribuyen dicha situación. Los encuestados podían mencionar varias opciones, por lo que un 49% mencionó al narcotráfico como responsable y 58% al propio gobierno federal. El 32% dijo que era el gobierno estatal y 30% el municipal. Por otra parte, 28% mencionó a la Policía Federal, 23% a la municipal y 16% al Ejército. 15% dijo que Estados Unidos era el responsable. Estos resultados podrían ser un indicio de un voto de castigo en contra del gobierno federal a quien, en su mayoría, atribuyen el contexto de violencia. La atribución de responsabilidad no afectó de manera significativa la participación en las urnas.
- **A quién corresponde el combate al crimen organizado:** Por último, se le preguntó a las personas a qué gobierno le correspondía enfrentar al narcotráfico. Los encuestados podían dar más de una respuesta. El 81% de los entrevistados mencionó al gobierno federal, 47% al estatal y 44% al municipal. En general, esta opinión no diferenció a los votantes de las personas que se abstuvieron.

VIII. RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES HALLAZGOS DE FUNCIONARIOS DE CASILLA Y VOTANTES

La habilidad de entender y percibir la política está influenciada también por la participación política (Blais 2011). De esta forma, la primera parte de este análisis se concentra en las diferencias entre votantes y funcionarios de casilla según su percepción de la eficacia política en el país.

1 *General*

- **Importa qué partido está gobernando el país:** Si se considera que sí importa qué partido está en el poder, la eficacia política es mayor pues se tiene un mayor conocimiento de las diferencias de plataforma como de actuación de los distintos partidos políticos. Ello se les preguntó utilizando una escala de 1 al 5, donde uno significa que no importa qué partido es el que gobierna y cinco significa que sí hay gran diferencia. De esta forma, tanto los votantes como los funcionarios de casilla consideran que sí existe una gran diferencia según quién esté en el gobierno (69% y 78%, respectivamente, considerando los dos últimos valores 4-5). No obstante, se puede ver que es mayor la percepción que tienen los funcionarios (promedio: 4.19 en esta escala) que la que tienen los votantes en general (promedio: 1.9) sobre la importancia del partido en el poder, y esta diferencia es significativa (valor- $p=0.00$).

- **El voto influye:** La percepción de considerar que votar hace una gran diferencia se refleja en una mayor eficacia política. Se les preguntó utilizando una escala de 1 al 5, donde uno significa que el voto no influye mucho en lo que le sucede al país y cinco que el voto hace una gran diferencia. Aunque ambos grupos tienen una misma tendencia, son los funcionarios de casilla (en promedio: 4.46 en esta escala) los que tienen una mayor percepción de que el voto sí hace una gran diferencia de manera significativa contra los votantes (en promedio: 1.99 en esta escala) (valor-p=0.00).
- **Elecciones limpias:** Si se cuenta con una mayor apreciación de que las elecciones están siendo limpias se considera que se tiene una mayor eficacia política del proceso electoral. Esto se les preguntó utilizando una escala de 1 al 5, donde uno significa que estas elecciones no están siendo limpias y cinco que las elecciones sí están siendo limpias. Los funcionarios de casilla tienden a tener una mejor percepción de la limpieza en las elecciones de manera significativa que los votantes (63% vs. 54%, respectivamente, considerando los últimos dos valores —4 y 5) (valor-p=0.00).
- **Mejor método para atender demandas ciudadanas:** Se les preguntó a los votantes y funcionarios de casilla qué consideraban más útil para que el gobierno tome decisiones que atiendan las demandas ciudadanas: votar o participar en manifestaciones. La mayoría de los dos grupos consideró que votar era el mejor método (80% votantes y 73% funcionarios de casilla). Lo interesante aquí es que, aunque es mínima la diferencia, los funcionarios de casilla consideran más que los votantes a la participación en manifestaciones y propuestas como herramienta más útil de manera significativa (17% vs. 15%, respectivamente) (valor-p =0.00).
- **Satisfacción con la democracia:** Se les preguntó qué tan satisfecho están con la forma cómo funciona la democracia en México. En general la mitad de los votantes así como de los funcionarios está poco o nada satisfecho (53% y 55%, respectivamente). Aún así se nota que hay una mayor y significativa inclinación de los funcionarios a estar insatisfechos con la democracia que los votantes, lo cual contradice lo esperado al ser éstos los más participativos (valor-p =0.00).

2 *Sentimientos cívicos*

- **Voto como obligación:** Para evaluar qué significa el voto para los votantes y funcionarios se les preguntó si consideraban que era una obligación o un derecho. Aproximadamente dos tercios de los dos grupos consideran de manera significativa que el voto es un derecho: 66% los votantes y 72% los funcionarios de casilla (valor-p =0.00).

3 *Índice de Información Política (viejo)*

Otro de los efectos de la participación política es el aumento de la información política en el individuo (se utilizará el Índice de Información Política viejo). En esta sección analizaremos si existen diferencias del conocimiento en ciertos temas políticos entre los funcionarios y los votantes. No obstante, es necesario considerar que de entrada hay un sesgo mayor en los funcionarios de casilla por la selección de los mismos; por ejemplo, se le da prioridad a los de mayor educación como señala el COFIPE.

- **Cámaras que tiene el Congreso de México:** La primera pregunta del índice es si sabe cuáles son las cámaras que tiene el Congreso de México. No existen diferencias estadísticamente significativas entre las respuestas de los votantes y funcionarios. Más de la mitad de ambos grupos contestó correctamente a la pregunta (62% votantes y 61% funcionarios de casilla) mientras que el resto contestó equivocadamente, no supo o no contestó.
- **Años que dura un diputado en su cargo:** El segundo ítem del índice de información política es el conocimiento de los años que dura un diputado en su cargo (puesto). De igual forma, los resultados son muy parecidos entre los votantes y los funcionarios. De las personas que contestaron correctamente, 58% fueron votantes y 57%, funcionarios de casilla.
- **Nombre del actual gobernador de su estado:** La última pregunta para crear el índice es si saben el nombre del actual gobernador de su estado/Jefe de Gobierno (en caso de ser del Distrito Federal). Así, 71% de los funcionarios de casilla y 69% de los votantes contestaron correctamente.
- **Índice de Información Política (IIP):** Ahora bien, al realizar el índice donde se ponderan cada una de estas preguntas de acuerdo al peso establecido en la metodología y sumándolas para cada una de las personas, las diferencias entre votantes y funcionarios son más notorias. Para los funcionarios de casilla, la tendencia es la esperada: 39% de ellos tiene un IIP alto; 33%, medio, y 28%, bajo. En cambio, para los votantes: 23% tiene un IIP alto; 11%, medio, y 66%, bajo. Es decir, las diferencias entre ambos grupos son notorias y significativas principalmente por el bajo índice de información política entre los votantes (valor- $p=0.00$).

4 *Interés en la política*

Uno de los efectos que se ha comprobado cuantitativamente de la participación es el aumento en el interés por las cuestiones políticas (Blais 2011). En este caso se les preguntó cuánta atención le dio a la campaña electoral. Para este estudio, los funcionarios tendrán un mayor seguimiento de la campaña que los votantes en general.

- **Seguimiento de la campaña electoral:** Como lo esperado, los datos señalan que los funcionarios tienen mayor atención a la campaña electoral que los votantes (valor- $p=0.00$). De los funcionarios de casilla, 47% puso mucha atención; 35%, algo de atención; 11%, no mucha atención; 3%, nada de atención, y 4%, no sabe o no contestó. De los votantes, 31% puso mucha atención; 42%, algo de atención; 17%, no mucha atención; 7%, nada de atención, y 3% no sabe o no contestó.

5 *Confianza*

De igual forma, otro de los argumentos que se ha establecido en este marco teórico es que tener algún tipo de participación política aumenta la confianza del individuo. De igual forma, hay autores que señalan que este efecto es pequeño y gradual lo cual hace difícil medirlo (Blais 2011). En este trabajo se analiza si tiene confianza en el IFE.

Confianza en el IFE:

Debido a que las elecciones son organizadas por el IFE y es esta institución la que recluta a los funcionarios de casilla, se decidió preguntar la confianza en el IFE. Para los funcionarios, 53% tiene total o bastante confianza en el IFE; 28%, regular, y 16%, poca o nada de confianza. Para los votantes, 47% tiene total o bastante confianza en el IFE; 29%, regular, y 22%, poca o nada de confianza. De esta forma, se observa que los votantes confían menos en el IFE que los funcionarios, como era de esperarse (valor- $p=0.00$).

IX. CONCLUSIONES Y/O RECOMENDACIONES GENERALES

Los levantamientos de las encuestas pre y poselectoral así como de la encuesta de funcionarios de casilla y votantes se llevaron a cabo sin contratiempos. Gracias a estas encuestas se pudieron probar las nuevas preguntas dentro del Módulo 4 del CSES y comparar a los resultados antes y después de las elecciones, por ejemplo el índice de información política y la recordación de publicidad, entre otros temas.

En cuanto al nuevo índice de información se pudo confirmar en las encuestas pre y poselectoral que con las nuevas mediciones la mayoría de la población sale reprobada en conocimiento político, por lo que se llevarán estos resultados a la próxima reunión internacional del Comité de Planeación para discutir si estas preguntas son las mejores para medir el conocimiento político de la ciudadanía o si lo está subestimando.

Asimismo, pudimos probar preguntas relacionadas a temas coyunturales de relevancia académica como son: efecto de estereotipos en decisiones electorales, adjudicación de responsabilidades a distintos niveles de gobierno por parte de los encuestados, percepción y efecto del desempeño gubernamental en el combate al crimen organizado en las preferencias electorales y decisión de ir a votar. Las respuestas de los encuestados al inicio de las campañas demuestran un interés en acudir a las urnas, así como una percepción de que la inseguridad es el problema que más aqueja a la sociedad. Con la encuesta poselectoral pudimos confirmar que el tema de la inseguridad y de la adjudicación de responsabilidad por la situación de violencia actual jugó un papel similar al de la economía en la mente del votante. Aquéllos votantes que evaluaban de manera negativa estos rubros votaron por partidos diferentes al PAN, o sea, se dio un voto de castigo. Aunque es relevante señalar que las personas que percibían un clima de violencia más alto tendían a abstenerse más que las personas más optimistas al respecto. El recibir regalos por parte de los partidos no aumentaba la participación ciudadana en las urnas, pero el apoyar de alguna manera a un candidato o candidata si motivaba más a las personas a votar. Esta evidencia demuestra que el votante mexicano se comporta como los votantes de democracias consolidadas: utiliza el voto como herramienta de evaluación del gobierno y si está involucrado en la campaña tiende a votar más que las personas que no participan en las campañas.

Por otro lado, las redes sociales de los votantes importan. La evidencia de la encuesta poselectoral nos dice que tanto amigos como familiares o vecinos tratan de convencer a otros para cambiar o decidir la dirección de su voto. Asimismo, al terminar la elección los votantes recordaban menos los anuncios de campaña de Enrique Peña Nieto y de Josefina Vázquez Mota, pero más los de Andrés Manuel López Obrador y Gabriel Quadri de la Torre. Una posible explicación de este fenómeno es que los dos primeros candidatos tenían más anuncios que los dos últimos al momento de llevar a cabo el primer levantamiento de este estudio. La comparación entre los dos estudios longitudinales nos permite estudiar los efectos de las campañas en el comportamiento electoral de los ciudadanos.

En cuanto al estudio comparativo entre votantes y funcionarios de casilla podemos resaltar una mayor eficacia política entre los funcionarios de casilla que entre los votantes. Los primeros consideran: importante el partido que está en el poder, que su voto influye, que las elecciones son limpias, tienen más confianza en el IFE, están más informados políticamente y dan un seguimiento más puntual que los votantes a las campañas. Tanto los funcionarios como los votantes consideran que el voto es más un derecho que una obligación, aunque los primeros están más de acuerdo en esta afirmación que los segundos. Por otro lado, son los votantes lo que consideran que el voto es una herramienta más útil para la expresión de demandas que las marchas en comparación con los funcionarios. Los dos grupos de ciudadanos se encuentran, en su mayoría, poco o nada satisfechos con la democracia. Este resultado puede ser por las expectativas creadas acerca de la democracia y que ésta por sí sola no puede lograr (p. ej. menos desigualdad económica, mayor ingresos, etc.).

Estos resultados nos hablan de una ciudadanía que comparte valores, actitudes y comportamiento con ciudadanos de otras democracias. Asimismo, es una ciudadanía que utiliza el voto como herramienta para aprobar o desaprobar a los gobernantes, aunque todavía no está satisfecha con el sistema democrático. La comparación entre funcionarios de casilla y votantes también muestran efectos positivos del proceso de insaculación y participación en la organización de las elecciones en las actitudes, valores y opiniones de los ciudadanos participantes. Sin embargo, también muestran que los ciudadanos no dejan de considerar otros mecanismos diferentes al voto, como marchas, para expresar sus demandas. Estos resultados señalan la importancia de que los ciudadanos entiendan qué pueden demandar de la democracia y qué no pueden demandar de ésta para que no se frustren si sus expectativas no se cumplen, y la satisfacción con la democracia aumente.

Este tipo de estudios longitudinales nos ofrece la capacidad de analizar a lo largo del tiempo los valores, actitudes y opiniones democráticas de los ciudadanos mexicanos, por lo que se recomienda el seguir apoyando estos esfuerzos académicos que contribuyen al entendimiento de los votantes y a posibles políticas públicas que apoyen la consolidación de la democracia en el país.

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, Rosario. 2009. *The Political Consequences of Prejudice among Mexicans and Mexican Americans*. Tesis doctoral, The University of Michigan Ann Arbor:
- Alesina, Alberto y Elia La Ferrara, 2005. 'Preferences for redistribution in the land of opportunities' *Journal of Public Economics* 89, 897-931
- Alesina, Alberto y Paola Giuliano, 2009. "Preferences for Redistribution". IZA, Bonn, Discussion Paper 4056.
- Almond, G. A. y Sidney Verba. 1963. *The civic culture: political attitudes and democracy in five nations*.
- Beltrán, Ulises. 2003. "Venciendo la incertidumbre: El voto retrospectivo en la elección presidencial de julio de 2000," *Política y Gobierno*, vol. X, nr. 2, pp. 325-358.
- Beltrán, Ulises. 2007. "Contextos Institucionales y decisiones individuales: Cuarta Encuesta Nacional CIDE-CSES". *Política y Gobierno*, vol. XIV, nr. 2, II Semestre de 2007.
- Benabou, Roland y Efe A. Ok, 2001. 'Social mobility y the demand for redistribution: the POUM hypothesis' *The Quarterly Journal of Economics* 116 (2), 447-487.
- Bergan, Daniel E. and Alan S. Gerber, Donald P. Green and Costas Panagopoulos. 2004. 'Grassroots Mobilization and Voter Turnout in 2004' *Public Opinion Quarterly*, 69:760- 777.
- Blais, André, y Simon Labbé St-Vincent. 2011. "Personality traits, political attitudes and the propensity to vote." *European Journal of Political Research* 50, no. 3, 395-417.
- Bligh, Michelle C., Michèle M. Schlehofer, Bettina J. Casad y Amber M. Gaffney. 2012. "Competent Enough, But Would You Vote for Her? Gender Stereotypes and Media Influences on Perceptions of Women Politicians", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 42, nr. 3, pp. 560-597.
- Brady, Henry E. y Richard Johnston (eds.) 2006. *Capturing Campaign Effects*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Buendía, Jorge y Fernanda Somuano. 2003. "Participación electoral en nuevas democracias: la elección presidencial de 2000 en México." *Política y Gobierno* vol. X, nr. 2, pp. 289-323.
- Campbell, Angus, Philip E. Converse, Warren E. Miller, Donald E. Stokes. 1960. *The American Voter*. Chicago: University of Chicago Press
- Carnes, Matthew e Isabella Mares, 2010. 'Deindustrialization y the rise of non-contributory social programs in Latin America', *unpublished paper*.
- Dalton, Russell, and Christopher J. Anderson. 2011. *Citizens, Context, and Choice: How Context Shapes Citizens' Electoral Choices* Oxford, Oxford University Press., 243-245.
- De La O, Anna L., y Jonathan A. Rodden, 2008. 'Does Religion Distract the Poor? Income and Issue Voting Around the World', *Comparative Political Studies* 41, 437-476.
- Eldersveld, Samuel J. 1956. "Experimental Propaganda Techniques and Voting Behavior." *American Political Science Review* 50 (Mar.):154-165.

- Elff, Martin, 2009. 'Political Knowledge in Comparative Perspective: The Problem of Cross-National Equivalence of Measurement', *Annual MPSA Conference* April 2-5, Palmer House, Chicago, IL.
- Fiorina, Morris. 1981. *Retrospective Voting in American National Elections*. New Haven: Yale University Press.
- Fiske, Susan T., Donald R. Kinder y W. Michael Larter, 1983. 'The Novice and the Expert: Knowledge-Based Strategies in Political Cognition', *Journal of Experimental Social Psychology*, núm. 19: pp. 381-400.
- Glassman, Jim. 2010. "'The Provinces Elect Governments, Bangkok Overthrows Them': Urbanity, Class and Post-democracy in Thailand' *Urban Studies*, 47, 6 1301-1323.
- Gerber, Alan y Donald Green. 2000. "The effects of canvassing, telephone calls, and direct mail on voter turnout: A field experiment." *American Political Science Review* 94, no. 3, 653-663.
- Gerber, Alan S., Donald P. Green y Christopher W. Larimer. 2008. "Social pressure and vote turnout: Evidence from a large-scale field experiment." *American Political Science Review* 102, no. 1, 33.
- Iversen, Torben y David Soskice, 2001. 'An asset theory of social policy preferences.' *American Political Science Review* 95, 4: 875-893.
- Iversen, Torben y David Soskice, 2006. 'Electoral Institutions and the Politics of Coalitions: why some democracies redistribute more than others.' *American Political Science Review*, 100(2): 165-181.
- Iversen, Torben, 2005. *Capitalism, Democracy, and Welfare*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Klingemann, Hans-Dieter, 2009. 'The Impact of Political Institutions', in ed. Klingemann, Hans-Dieter, *The Comparative Study of Electoral Systems*. Oxford, Oxford University Press
- Lazarsfeld, Paul. 1948. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. NY: Columbia University Press.
- Magalhães, Pedro C. 2007. 'Voting and Intermediation: Informational Biases and Electoral Choices in Comparative Perspective', in R. Gunther, H-J Phule, and J.R. Montero (eds.), *Democracy, Intermediation, and Voting in Four Continents*. Oxford: Oxford University Press.
- Magalhães, Pedro C. 2010. 'Mobilization, Informal Networks, and the Social Contexts of Turnout'. *Paper presented at the Comparative National Elections Project general meeting at Stellenbosch*, South Africa, 12-14 August 2011.
- Mansbridge, Jane. 1999. "Should blacks represent blacks and women represent women? A contingent yes". *Journal of Politics* 61, 628-657.
- Moreno, Alejandro. 2003. *El Votante Mexicano*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Moreno, Alejandro. 2009. *Participación electoral en nuevas democracias: la elección presidencial de 2000 en México*. México D.F.: Porrúa.
- Panagopoulos, Costas y Peter L. Francia. 2009. "Grassroots mobilization in the 2008 presidential election." *Journal of Political Marketing* 8, no. 4, 315-333.
- Patterson, Samuel C. y Gregory A. Caldeira. 1983. "Getting out the vote: Participation in gubernatorial elections." *The American Political Science Review*, 675-689.
- Persson, Torsten, y Guido Tabellini, 2003. *The Economic Effects of Constitutions*. Cambridge, MA: MIT Press.

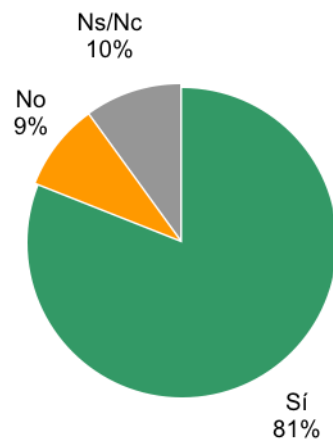
- Rosenstone, Steven J. and John Mark Hansen, 1993. *Mobilization, participation, and democracy in America*. NY: Macmillan.
- Soroka, Stuart, 2003. 'Media, Public Opinion and Foreign Policy.' *Harvard International Journal of Press y Politics* 8(1): 27-48.
- Soroka, Stuart y Christopher Wlezien, 2004. 'Opinion Representation and Policy Feedback: Canada in Comparative Perspective.' *Canadian Journal of Political Science* 37(3): 531-60.
- Soroka, Stuart y Christopher Wlezien, 2005. 'Opinion-Policy Dynamics: Public Preferences and Public Expenditure in the UK.' *British Journal of Political Science* 35: 665-689.
- Soroka, Stuart y Christopher Wlezien, 2008. 'On the Limits to Inequality in Representation.' *PS: Political Science y Politics*, April 2008: 319-27.
- Soroka, Stuart y Christopher Wlezien, 2010. *Degrees of Democracy: Politics, Public Opinion and Policy*. Cambridge University Press.
- Soroka, Stuart y Elvin Lim, 2003. 'Issue Definition and the Opinion-Policy Link: Public Preferences y Health Care Spending in the US y UK.' *British Journal of Politics y International Relations* 5(4): 576-93.
- Soroka, Stuart, Christopher Wlezien e Iain MacLean, 2006. 'Public Expenditure in the UK: How Measures Matter.' *Journal of the Royal Statistical Society (Series A)*, volume 169: 255-271
- Thompson, D. F. 1970. *The democratic citizen*. London/New York: Cambridge University Press.
- Verba, Sidney, Nancy Burns y Kay Lehman Schlozman, 1997. 'Knowing and Caring about Politics: Gender and Political Engagement', *The Journal of Politics*, vol. 59, núm. 4, pp. 1051-1072.
- Wielhouwer, Peter W. y Brad Lockerbie. 1994. "Party contacting and political participation, 1952-90." *American Journal of Political Science*, 211-229.
- Wlezien, Christopher, 1995. 'The Public as Thermostat: Dynamics of Preferences for Spending.' *American Journal of Political Science* 39: 981-1000.
- Wlezien, Christopher, 1996. 'Dynamics of Representation: The Case of U.S. Spending on Defense.' *British Journal of Political Science* 26: 81-103.
- Wlezien, Christopher, 2004. 'Patterns of Representation: Dynamics of Public Preferences and Policy.' *Journal of Politics* 66: 1-24.
- Wlezien, Christopher y Stuart Soroka, 2003. 'Measures and Models of Budgetary Policy.' *Policy Studies Journal* 31(2): 273-86.
- Wlezien, Christopher y Stuart Soroka, 2007. 'The Relationship between Public Opinion and Policy.' En Russell Dalton y Hans-Deiter Klingemann, *Oxford Handbook of Political Behavior*. Oxford: Oxford University Press.
- Zaller, John, 1990. 'Political Awareness, Elite Opinion Leadership, and the Mass Survey Response', *Social Cognition*, vol. 8: pp. 125-53.
- Zaller, John, 1991. 'Information, Values, and Opinion', *The American Political Science Review*, vol. 85, núm. 4, pp. 1215-1237.

XI. ANEXO GRÁFICO DE LA ENCUESTA PREELECTORAL

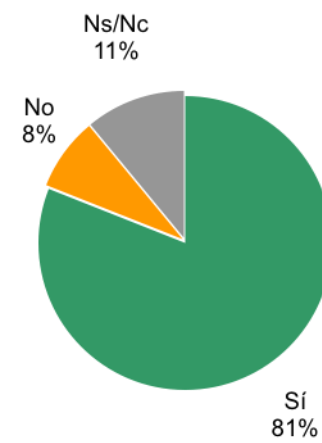
6 *Módulo de preferencias electorales*

6.1 Participación

En las elecciones, muchas personas no votan porque tienen que trabajar, viajar o por alguna otra razón, ¿usted piensa votar en las próximas elecciones del 1 de julio para Presidente de la República?

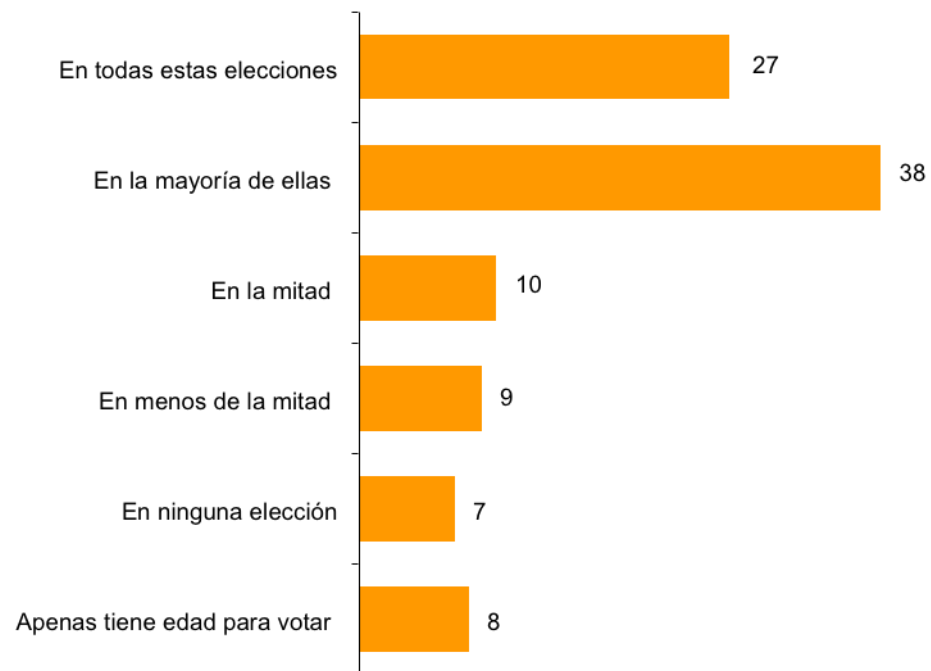


Y, ¿piensa usted votar en la elección para diputados federales del próximo 1 de julio o no?



6.2 Participación en las elecciones desde que se tiene edad para votar

Del total de elecciones federales y locales que ha habido desde que usted tiene edad para votar, ¿en cuántas ha votado usted: siempre en todas estas elecciones, en la mayoría de ellas, en la mitad de esas elecciones, en menos de la mitad o en ninguna elección?



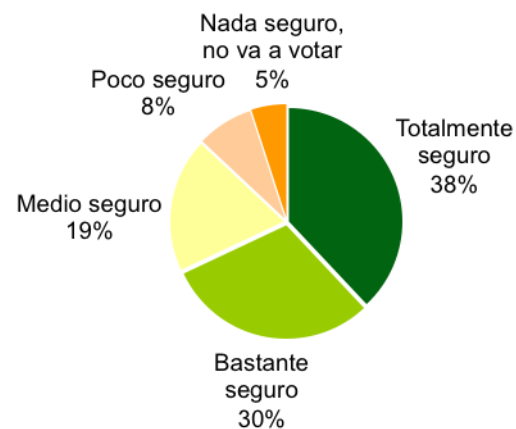
Sumando "Ns/Nc"=100%

6.3 Interés y disposición de votar

En julio próximo habrá elecciones para elegir Presidente de la República, senadores y diputados federales. ¿Qué tan interesado está usted de ir a votar en las elecciones para elegir Presidente de la República: totalmente interesado, bastante interesado, medio interesado, poco interesado o nada interesado?



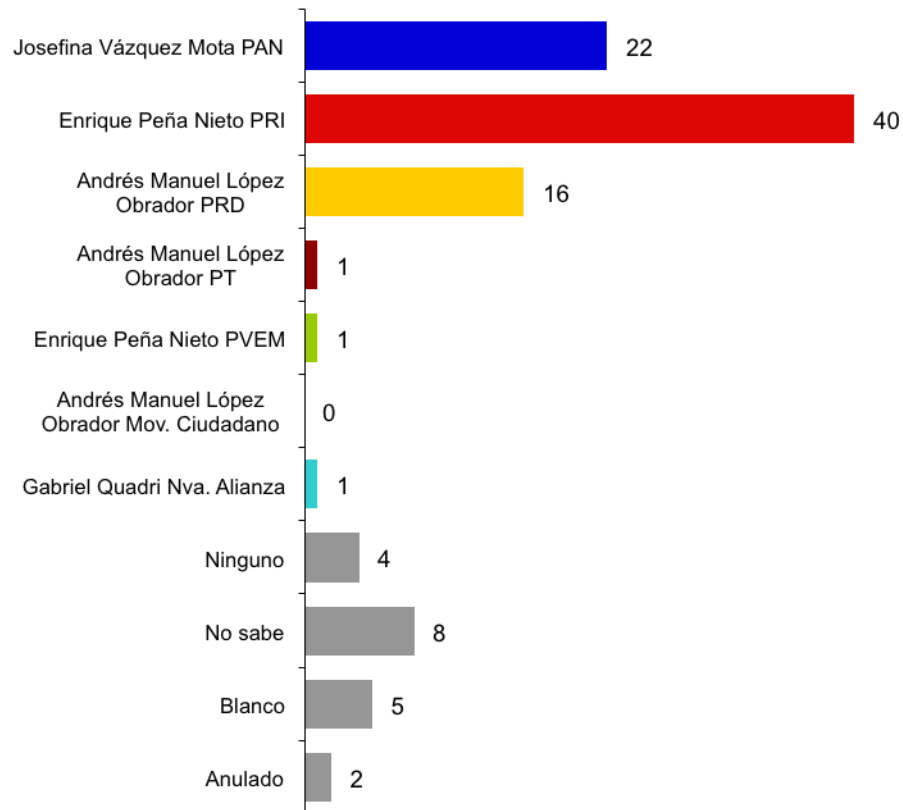
Y dígame, ¿qué tan seguro está usted de ir a votar en estas elecciones: totalmente seguro, bastante seguro, medio seguro, poco seguro o nada seguro?



6.4 Voto en las próximas elecciones presidenciales

¿Si el día de hoy fuera la elección para elegir Presidente de la República,
¿Por cuál partido o candidato votaría usted?

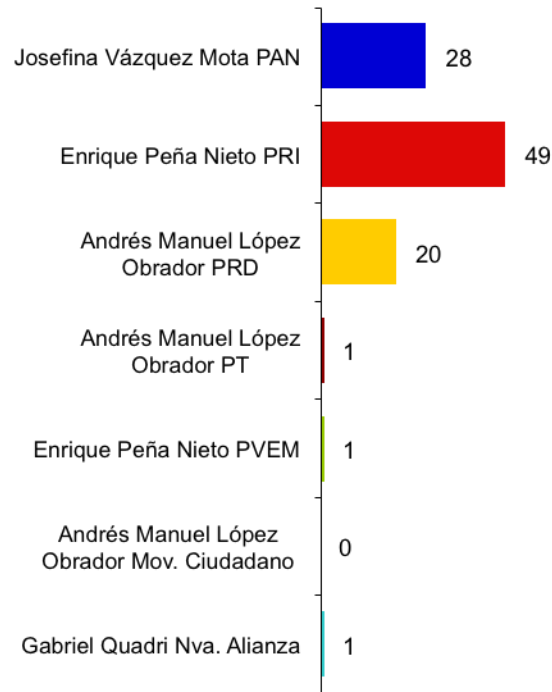
PREFERENCIAS BRUTAS SIMPLES



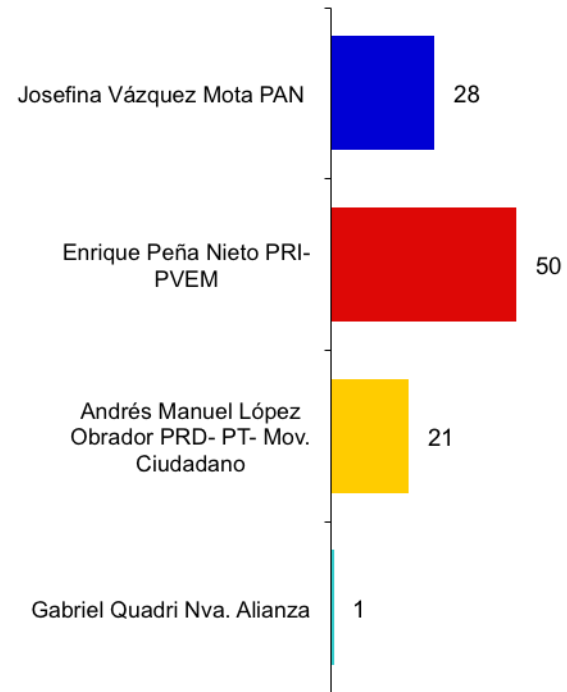
**PREFERENCIAS EFECTIVAS SEGÚN
EL MODELO BGC DE VOTANTES PROBABLES**

(Se calcula considerando la probabilidad de votar y la solidez de la intención de voto y eliminando a quienes no cuentan en lo absoluto con alguna preferencia)

DESAGREGADAS POR PARTIDO

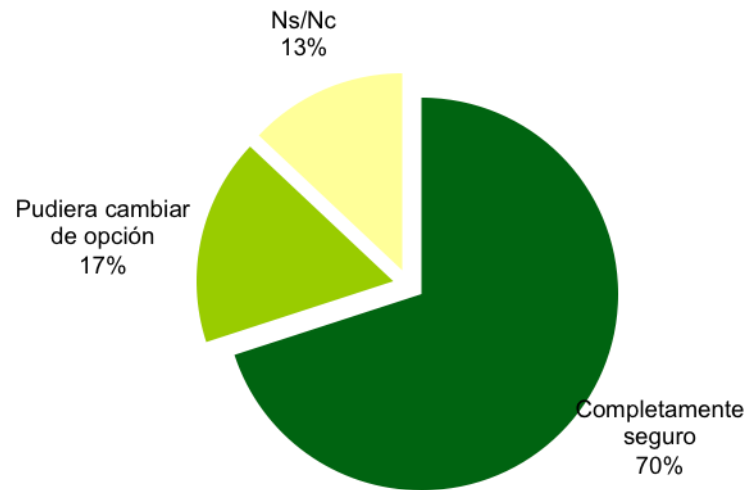


AGREGADAS POR COALICIÓN



6.5 Seguridad de preferencia electoral en las próximas elecciones presidenciales

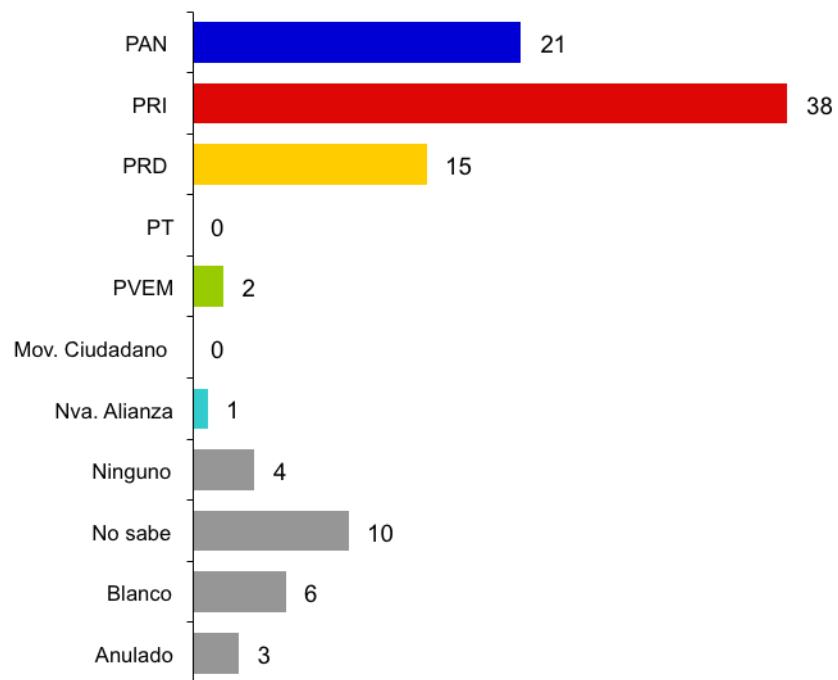
¿Está usted completamente seguro de que votará por ese partido o cree que pudiera cambiar de opción de aquí a la elección?



6.6 Voto en las próximas elecciones para diputados federales

La pregunta es la siguiente: Si hoy fueran las elecciones para elegir Diputado Federal, ¿Por cuál partido votaría usted?

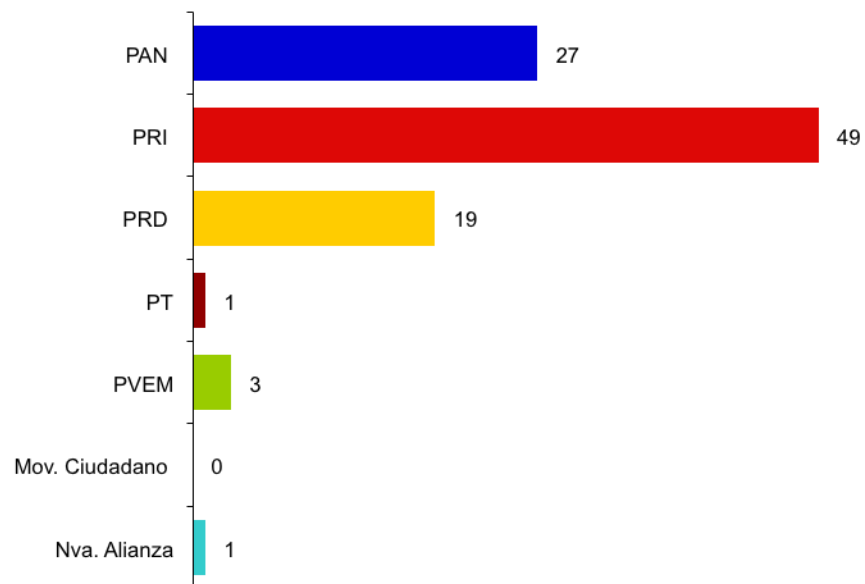
PREFERENCIAS BRUTAS SIMPLES



**PREFERENCIAS EFECTIVAS SEGÚN
EL MODELO BGC DE VOTANTES PROBABLES**

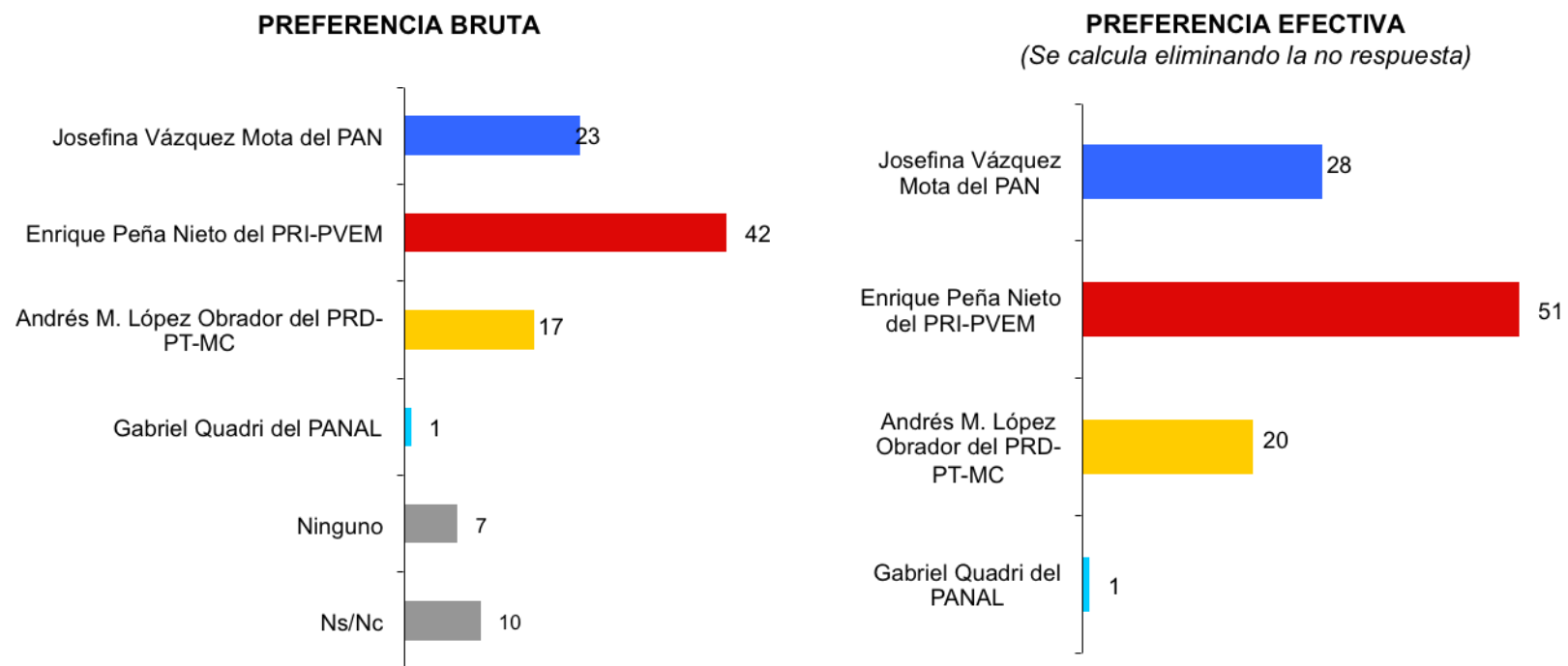
(Se calcula considerando la probabilidad de votar y la solidez de la intención de voto y eliminando a quienes no cuentan en lo absoluto con alguna preferencia)

DESAGREGADAS POR PARTIDO

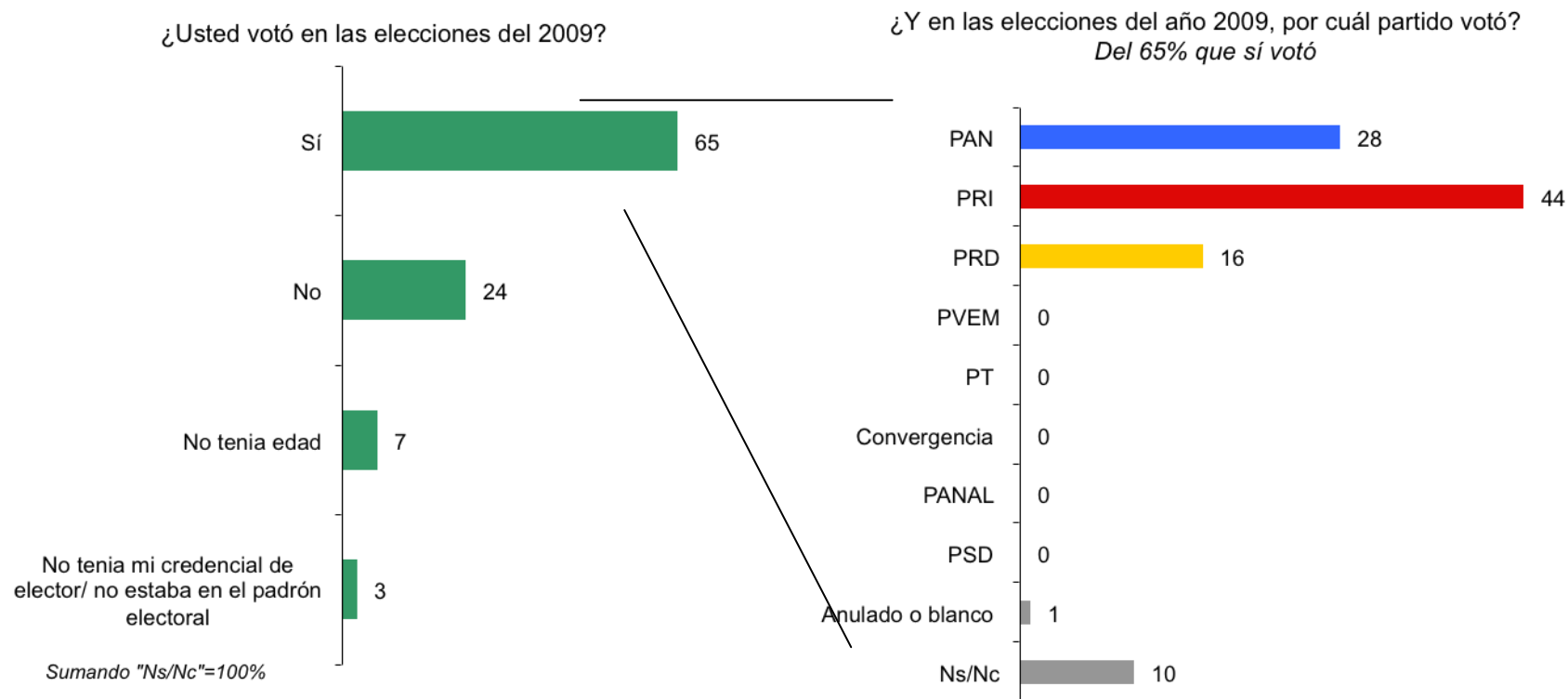


6.7 Escenarios de competencia

Si los únicos candidatos a la Presidencia fueran Josefina Vázquez Mota por el PAN, Enrique Peña Nieto por el PRI-Partido-Verde, Gabriel Quadri por Nueva Alianza y Andrés Manuel López Obrador por el PRD-PT-Movimiento Ciudadano, ¿por cuál votaría usted?

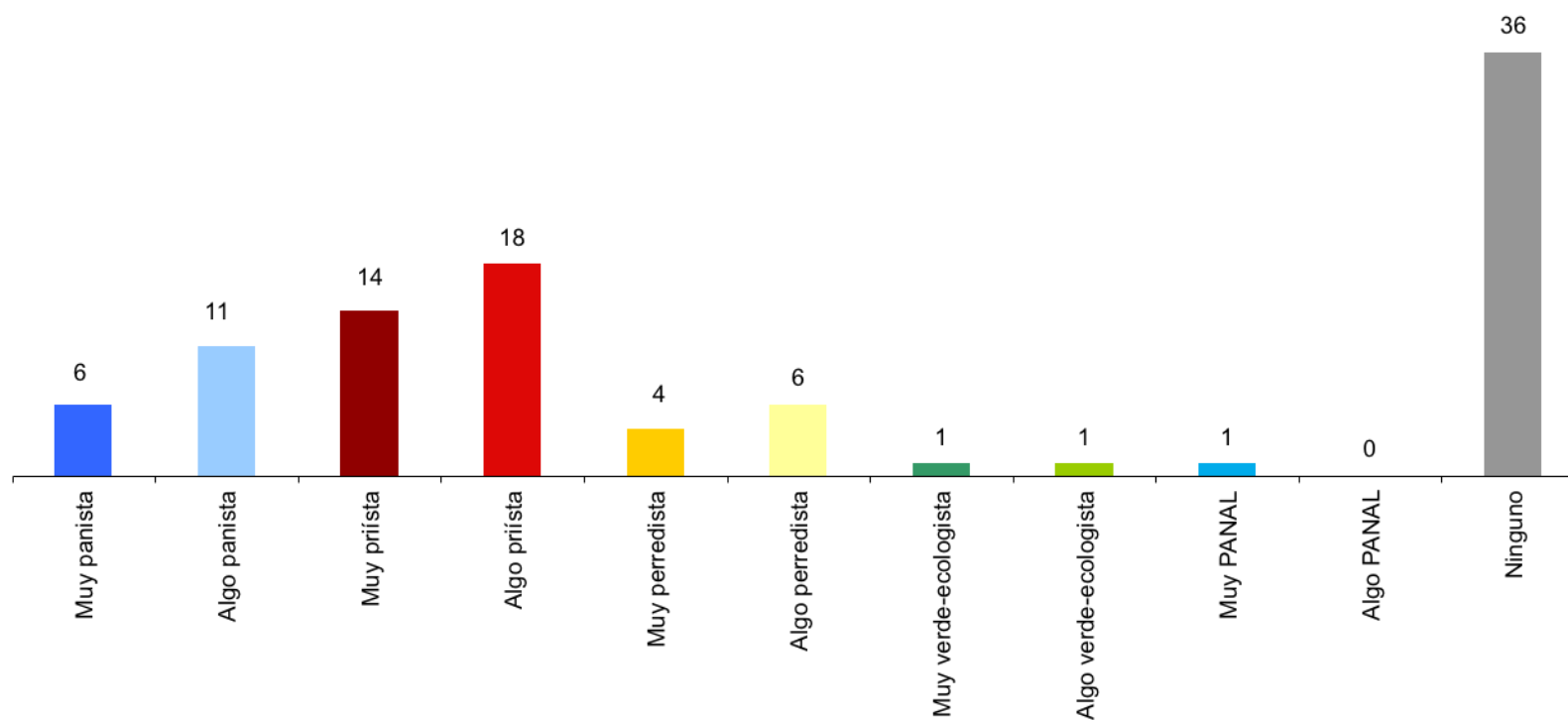


6.8 Voto en retrospectiva



6.9 Identidad partidista

Independientemente del partido por el que usted vota, ¿usted normalmente se considera panista, priísta, perredista, verde-ecologista o de otro partido?

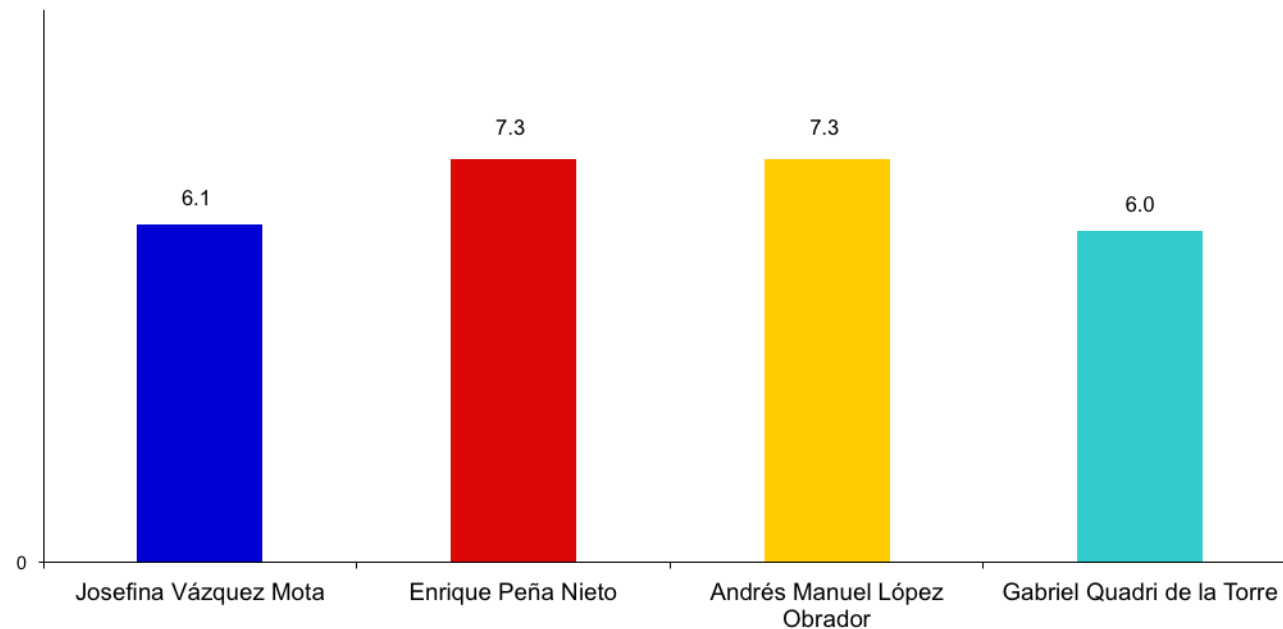


Sumando "Ns/Nc" y "Otros" = 100%

6.10 Afinidad de candidatos presidenciales

Me gustaría saber lo que piensa acerca de cada uno de los candidatos presidenciales en México. Después de que le lea el nombre de un candidato presidencial, por favor califíquelo de acuerdo con la escala que aparece en esta tarjeta, en la que 0 significa que a usted no le gusta nada y 10 significa le gusta mucho. Si le menciono algún candidato presidencial del que usted no haya oído hablar o que no conozca suficiente, sólo dígalos, ¿Cómo calificaría a... usando la escala del 0 al 10?

Promedio de la calificación

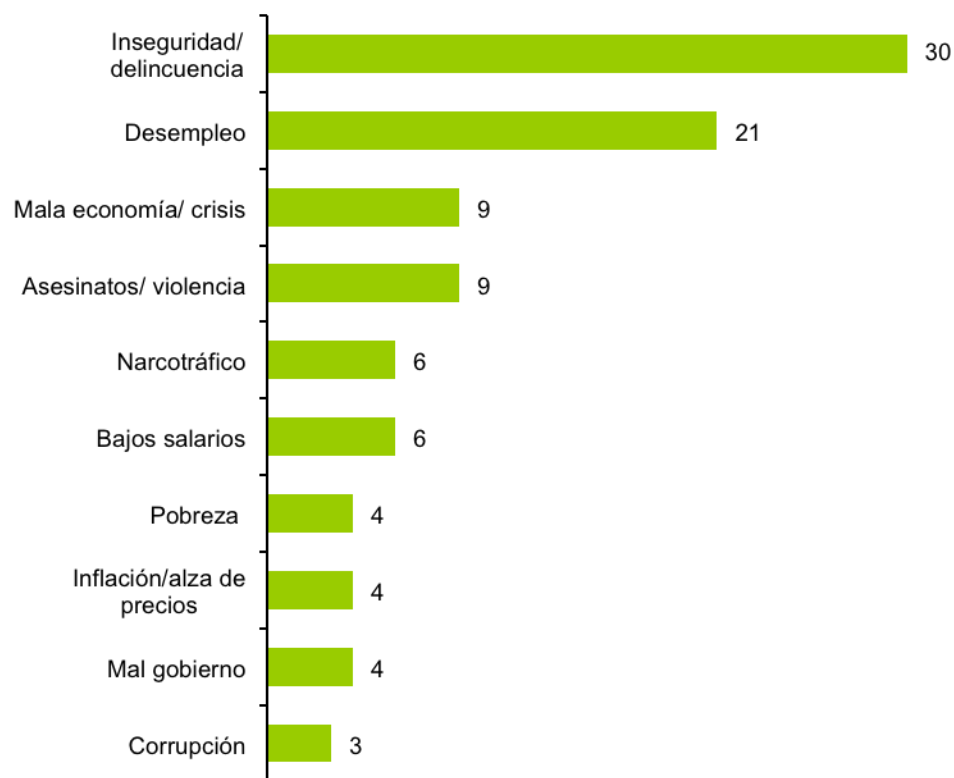


Se promedia omitiendo "nunca ha oído del candidato" y "Ns/Nc"

7 *Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso.*

7.1 Principal problema del país

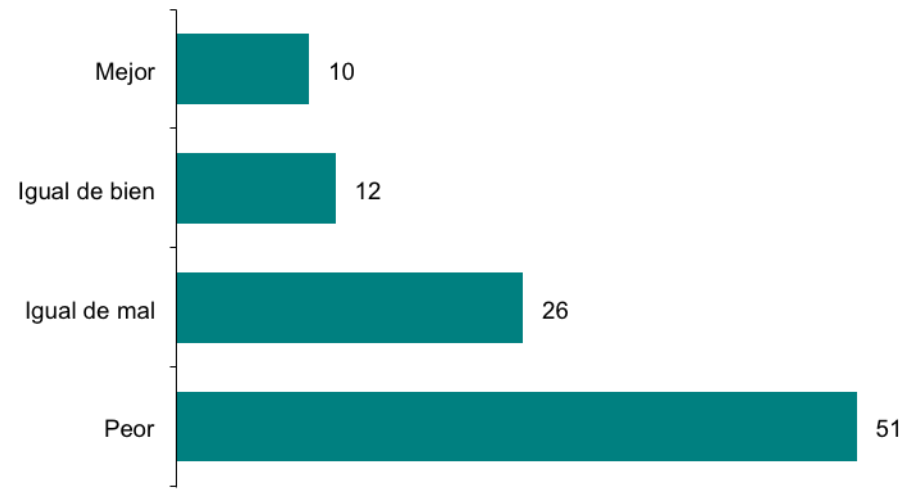
¿Cuál considera usted que es el principal problema del país?



Sumando "Ns/Nc" y "Otros" = 100%

7.2 Situación actual del país

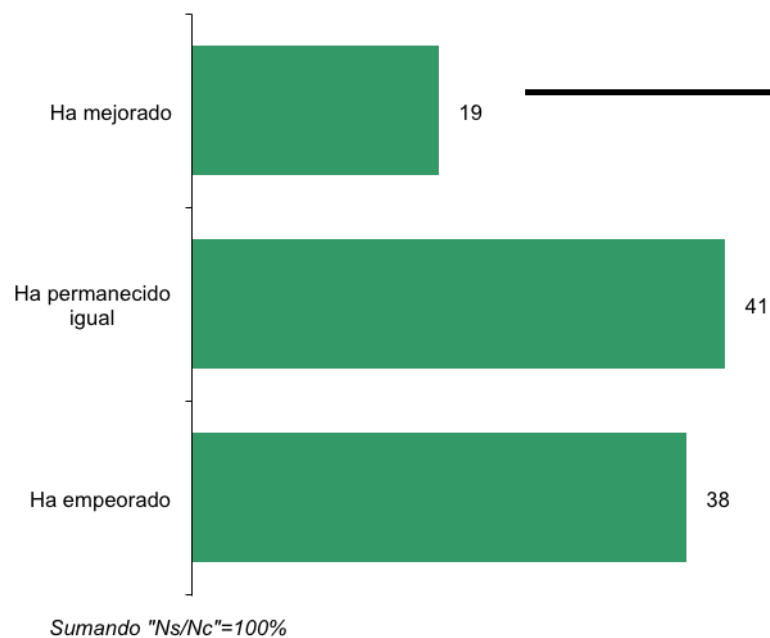
Comparada con la situación que tenía el país hace un año, ¿cómo diría usted que está la situación actual del país, mejor o peor?



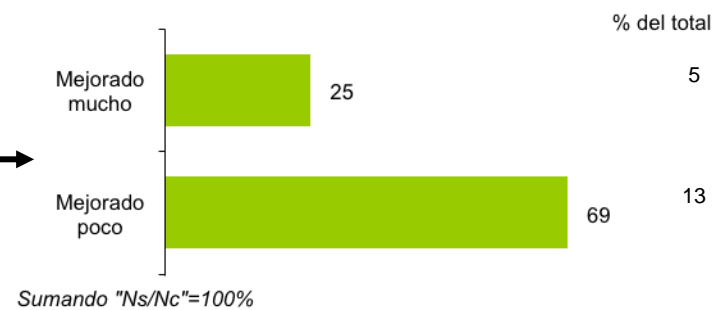
Sumando "Ns/Nc"=100%

7.3 Visión retrospectiva del estado de la economía nacional

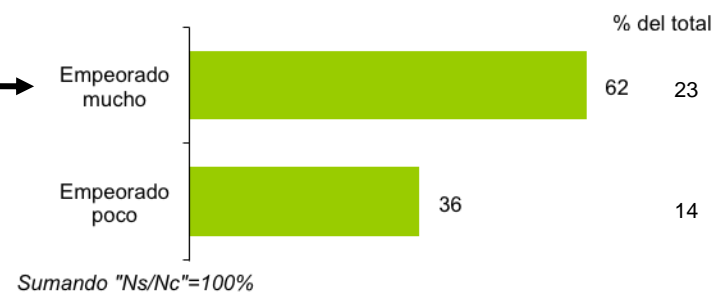
¿Diría usted que durante los últimos doce meses la situación económica de México ha mejorado, ha permanecido igual o ha empeorado?



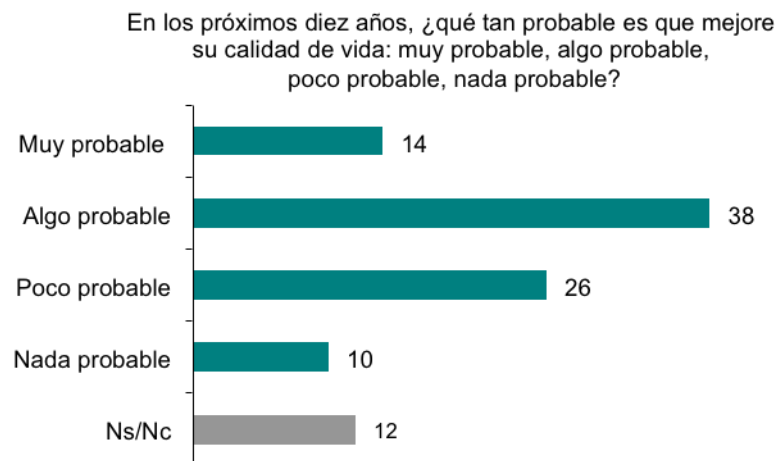
¿Diría usted que ha mejorado mucho o poco?
Del 19% que contestó que ha mejorado



¿Diría usted que ha empeorado mucho o poco?
Del 38% que contestó que ha empeorado

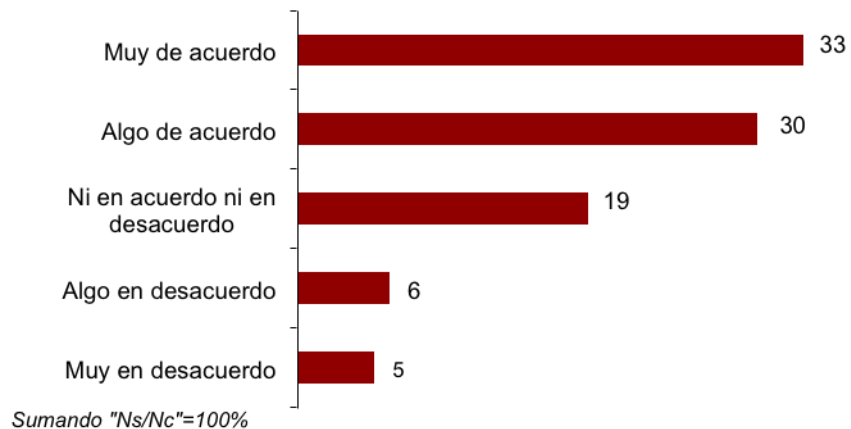


7.4 Mejora en la calidad de vida



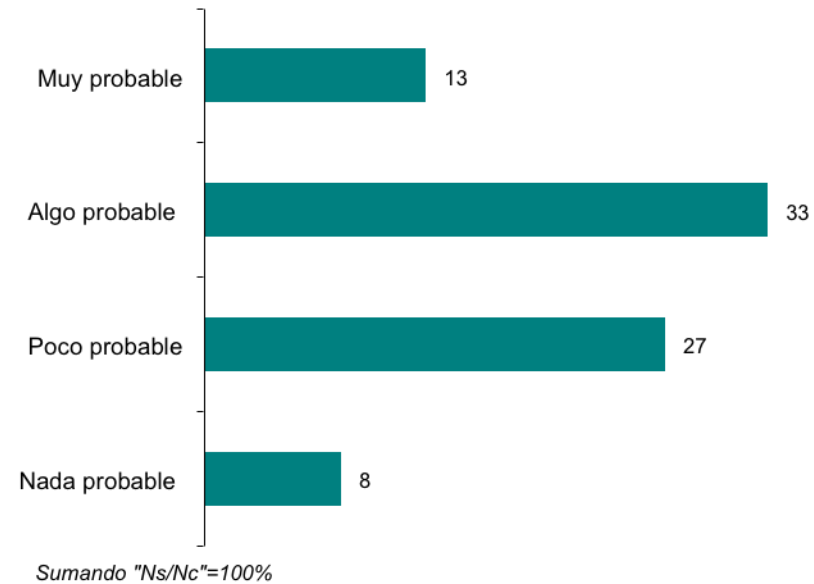
7.5 Diferencias en el nivel de ingreso

Dígame, por favor, hasta qué punto está usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: "El gobierno debería tomar medidas para reducir las diferencias en los niveles de ingreso de las personas". ¿Usted está muy de acuerdo, algo de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo en desacuerdo o muy en desacuerdo?



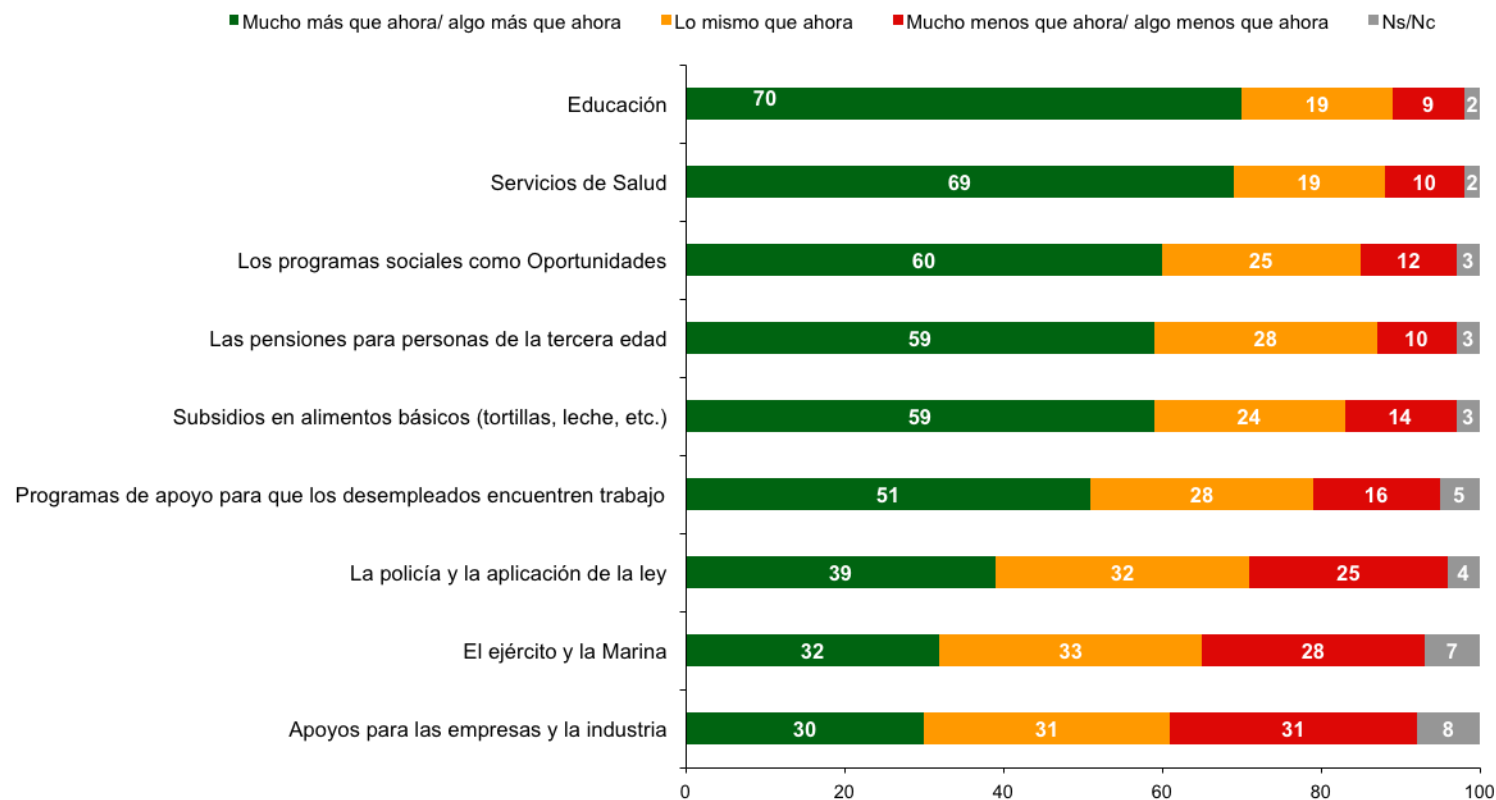
7.6 Disminución del ingreso familiar mensual

¿Qué tan probable cree usted en los próximo doce meses el ingreso de su hogar pueda disminuir severamente: muy probablemente, algo probable, poco probable o nada probable?



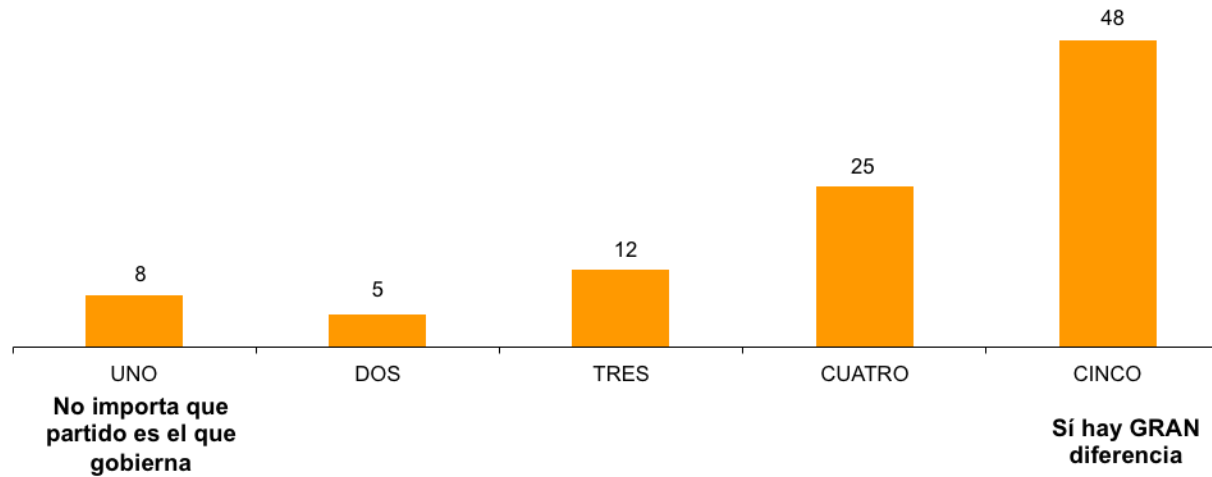
8 Gasto Público/Gasto del gobierno

Por favor dígame si usted considera que el gobierno debería gastar más en cada una de las siguientes áreas. Recuerde que si usted dice “gastar más”, el gobierno podría tener que subir los impuestos para que le alcance y si usted dice “gastar menos” el gobierno podría tener que reducir esos servicios. ¿Usted cree que el gobierno debería gastar mucho más que ahora, algo más que ahora, lo mismo que ahora, algo menos que ahora o mucho menos que ahora en:...



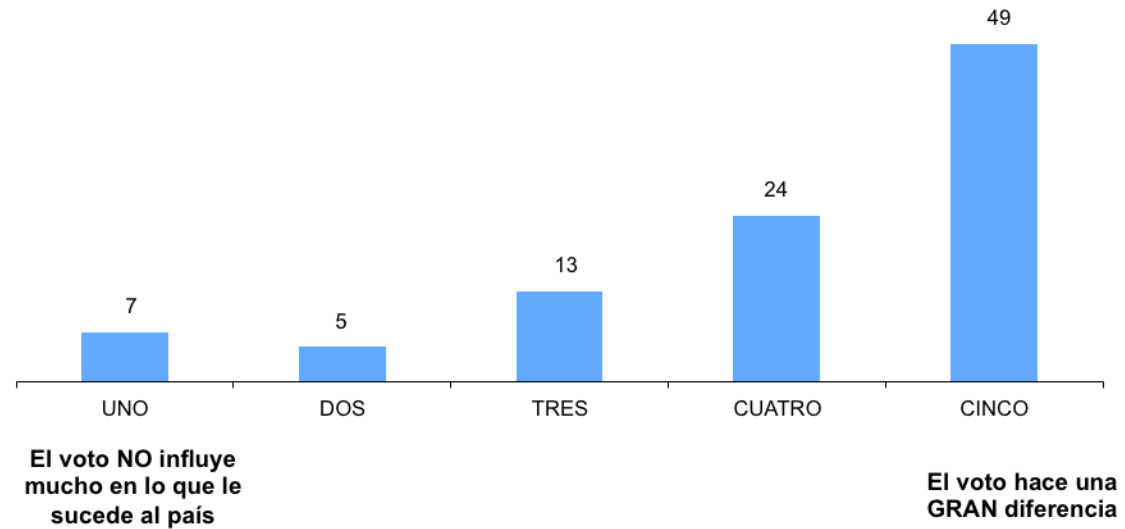
9 Eficacia política

Algunas personas dicen que no importa cuál partido es el que gobierna. Otras personas dicen que realmente sí importa cuál partido es el que gobierna. Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde uno significa que no importa qué partido es el que gobierna y cinco significa que sí hay una gran diferencia, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?



Sumando "Ns/Nc"=100%

Algunas personas piensan que, independientemente de por quién se vote, el voto no influye en lo que sucede en el país. Otras personas consideran al contrario que por quien se vote sí influye en lo que sucede en el país. Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde uno significa que el voto no influye mucho en lo que le sucede al país y cinco que el voto hace una gran diferencia, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?



Sumando "Ns/Nc"=100%

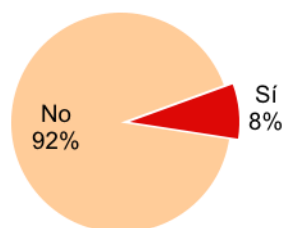
10 Movilización

10.1 Contacto Institucional

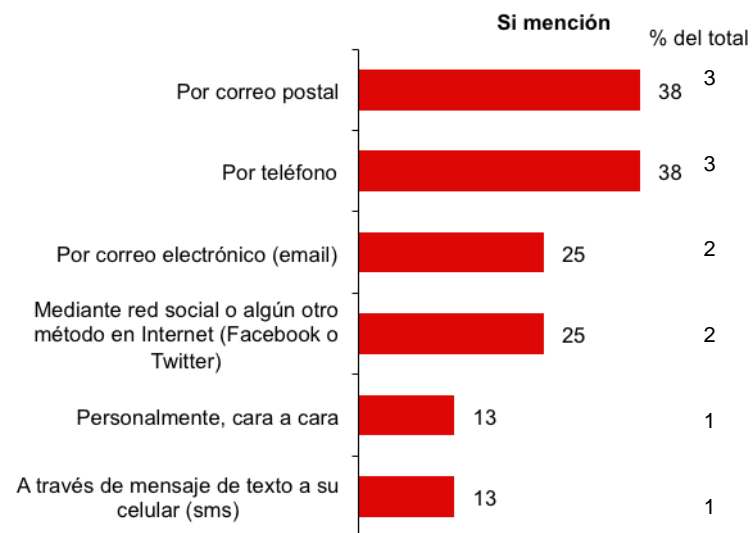
Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio	
	Sí (%)
Enrique Peña Nieto (PRI-Partido Verde)	8
Josefina Vázquez Mota (PAN)	6
Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-Movimiento Ciudadano)	6
Gabriel Quadri de la Torre (Nueva Alianza)	2
<i>Respuestas independientes no suman 100%</i>	

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Enrique Peña Nieto



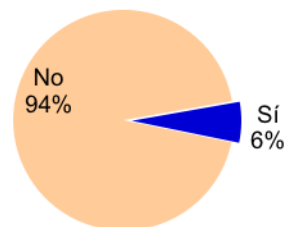
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 8% que dijo sí haber sido contactado



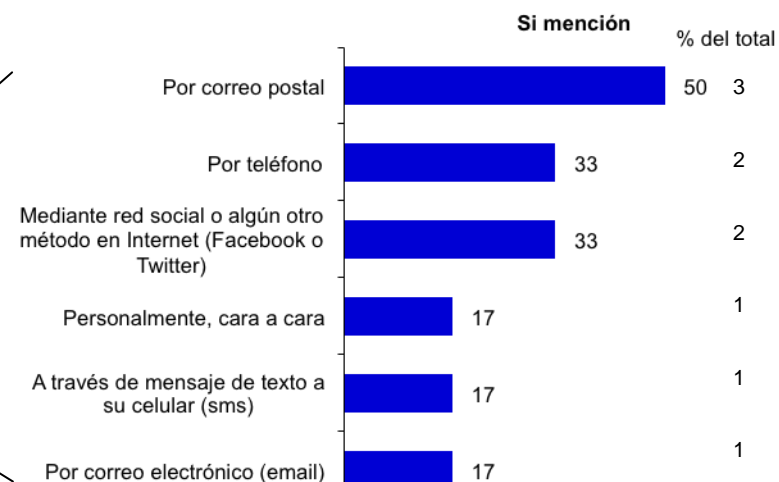
Respuestas independientes no suman 100%

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Josefina Vázquez Mota



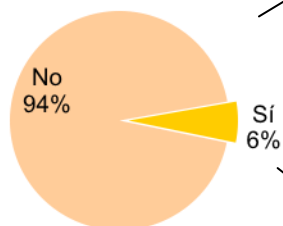
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 6% que dijo sí haber sido contactado



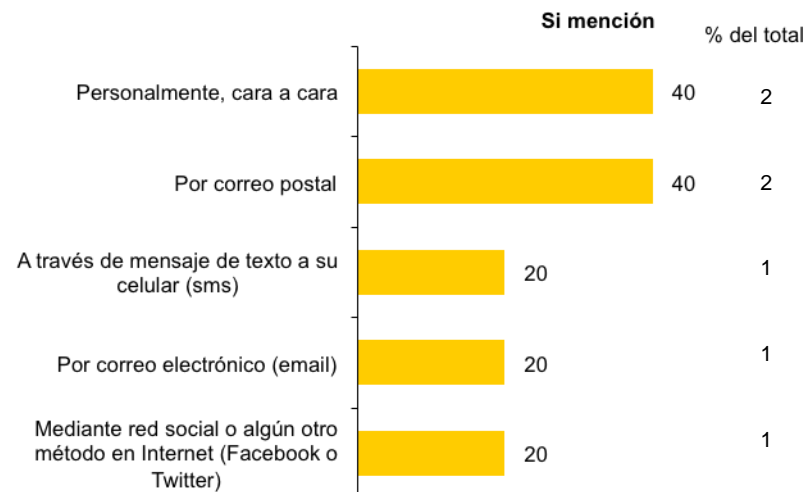
Respuestas independientes no suman 100%

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Andrés Manuel López Obrador



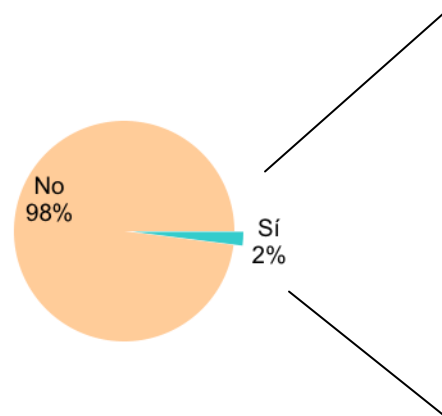
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 5% que dijo sí haber sido contactado



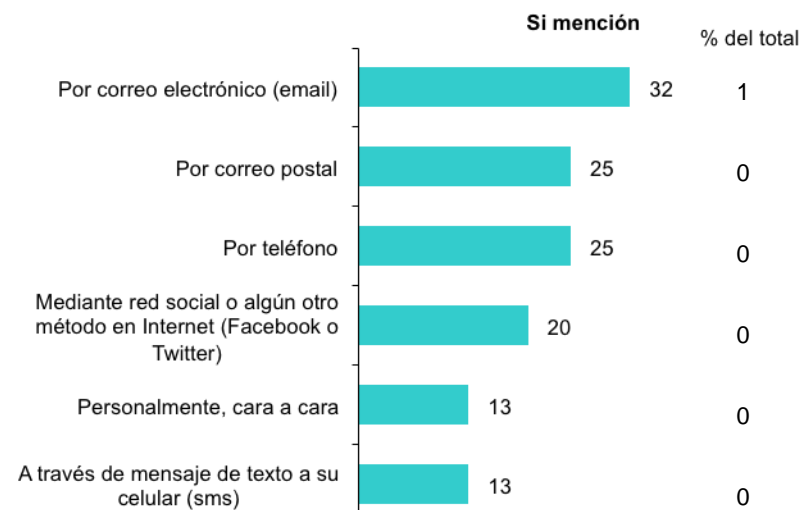
Respuestas independientes no suman 100%

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Gabriel Quadri de la Torre



¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 2% que dijo sí haber sido contactado



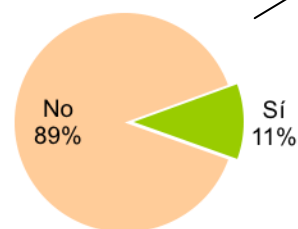
Respuestas independientes no suman 100%

10.2 Contacto personal

Ahora le voy a leer otra lista de personas, para cada una de ellas dígame por favor si han tratado de convencerlo para votar por ¿algún partido o candidato en particular?	
	Sí (%)
Amigo	11
Familiar	8
Vecino	7
Compañero de trabajo	4
Otro conocido	2

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Amigo

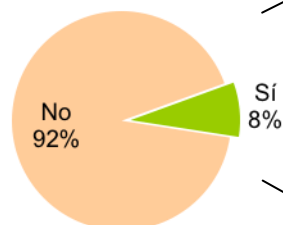


¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 11% que dijo sí haber sido contactado

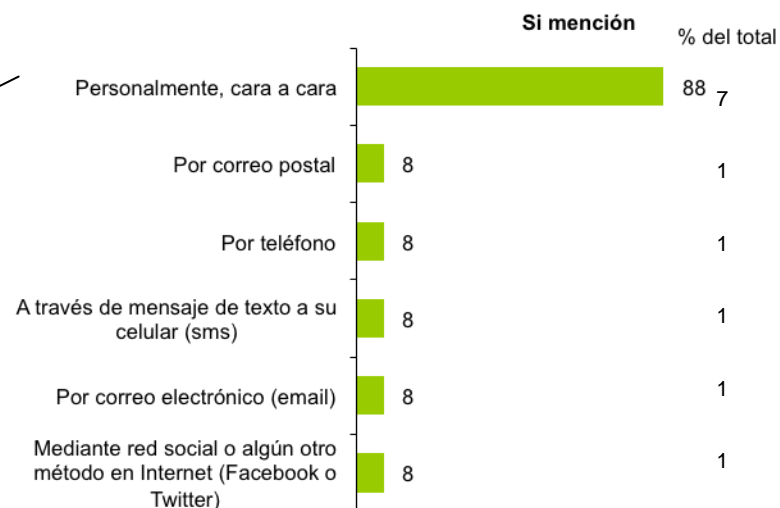


Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Familiar



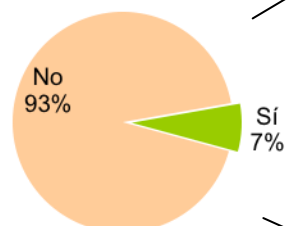
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 8% que dijo sí haber sido contactado



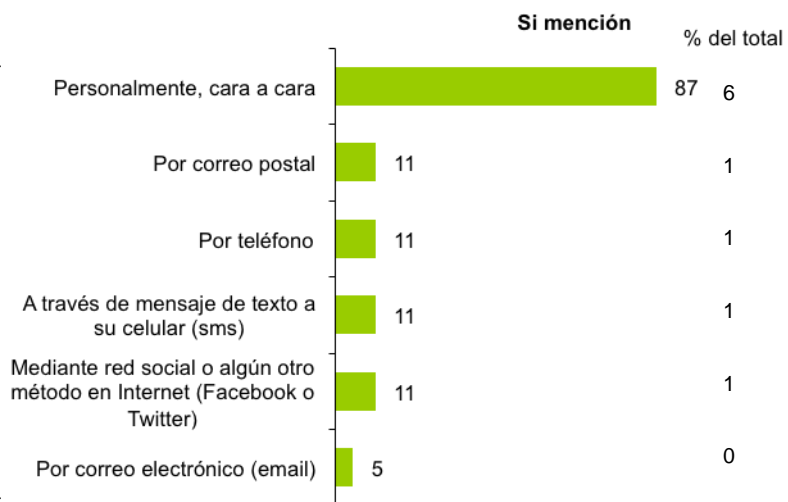
Respuestas independientes no suman 100%

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Vecino



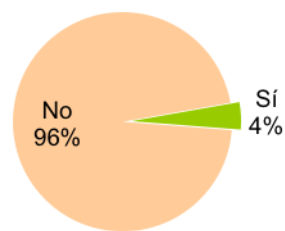
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 7% que dijo sí haber sido contactado



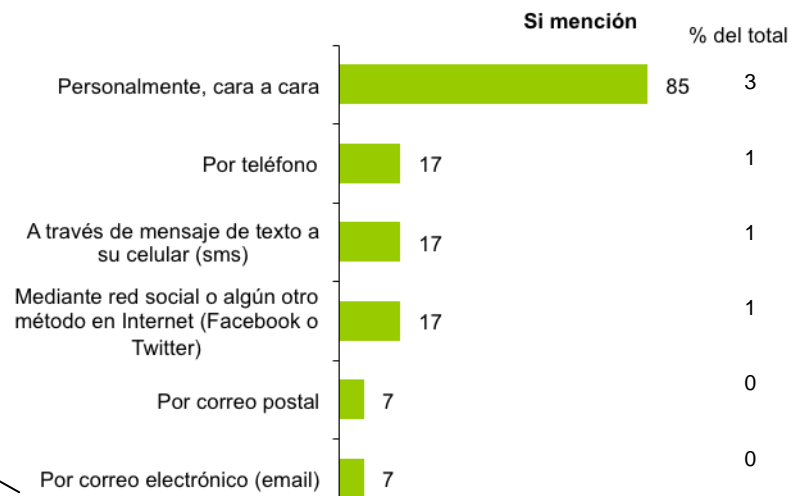
Respuestas independientes no suman 100%

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Compañero de trabajo



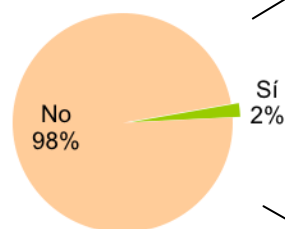
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 4% que dijo sí haber sido contactado



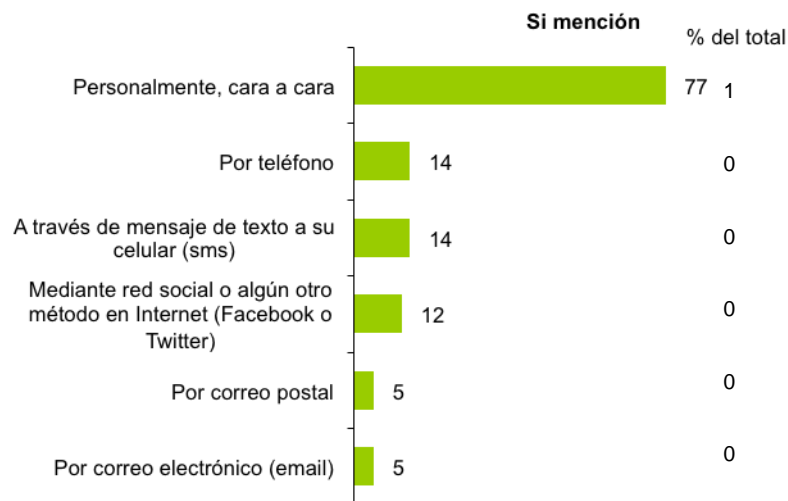
Respuestas independientes no suman 100%

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Otro conocido



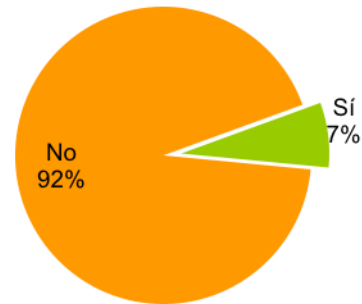
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 2% que dijo sí haber sido contactado



Respuestas independientes no suman 100%

10.3 Registro para obtener información o alertas de la campaña por Internet

Abril 2012
¿Durante esta campaña, ¿ha usado usted el Internet o su celular
(Por ejemplo: mensajes de texto, Twitter, blogs, Facebook, email)
para registrarse para obtener información
o alertas de algún partido o candidato? (%)



Sumando "NS"/"NC" = 100%

11 *Índice de información política*

11.1 Índice de información política (nuevo)

11.1.1 Nombre del Secretario de Hacienda

¿Quién de las siguientes personas es el Secretario de Hacienda: José Antonio Meade, Alejandro Poiré, Heriberto Félix Guerra o Genaro García Luna?



11.1.2 Tasa de desempleo en México

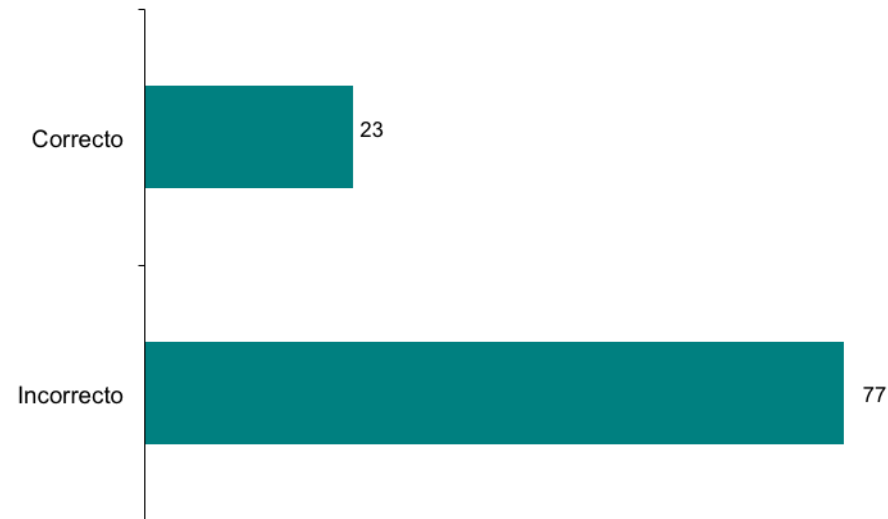
¿Cuál fue la tasa de desempleo oficial en México que anunció el gobierno recientemente? (Pregunta abierta)



Se tomó un margen de +/- 0.5% para considerar la respuesta correcta

11.1.3 Información política: Partido que tiene el segundo lugar en la Cámara de Diputados

¿Qué partido tiene el segundo lugar en número de diputados en la Cámara de Diputados: PAN, PRD, PRI, PARTIDO VERDE?

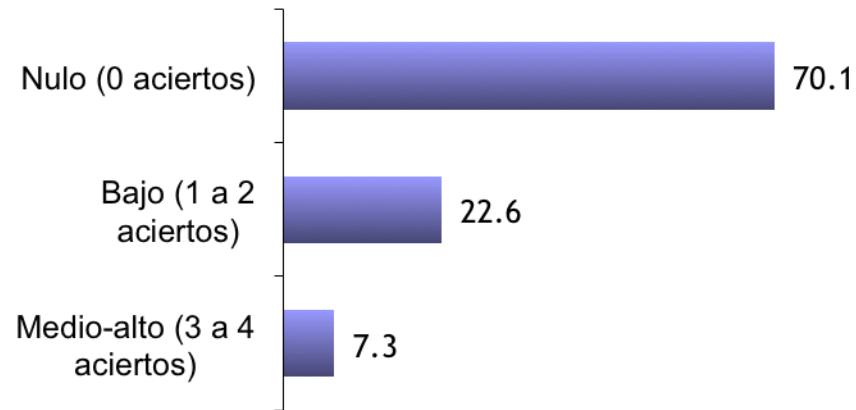


11.1.4 Información política: Nombre del Secretario General de las Naciones Unidas

¿Quién es el actual Secretario General de las Naciones Unidas
Kofi Annan, Kurt Waldheim, Ban Ki-mun o Boutros Boutros-Ghali?

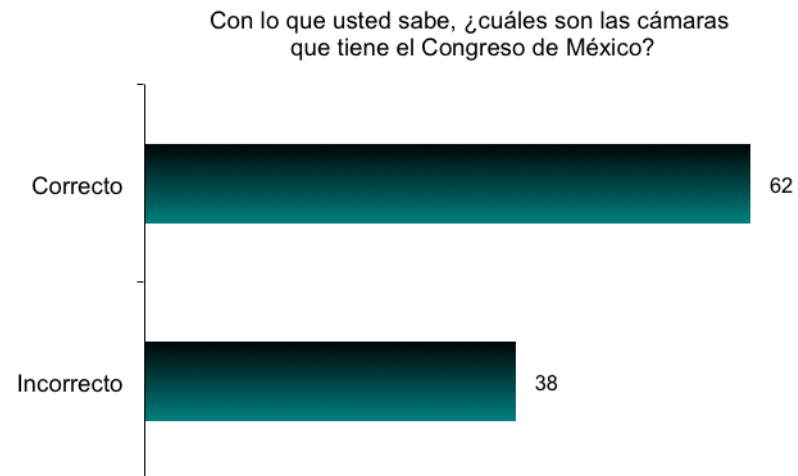


11.1.5 Índice de información política (nuevo)

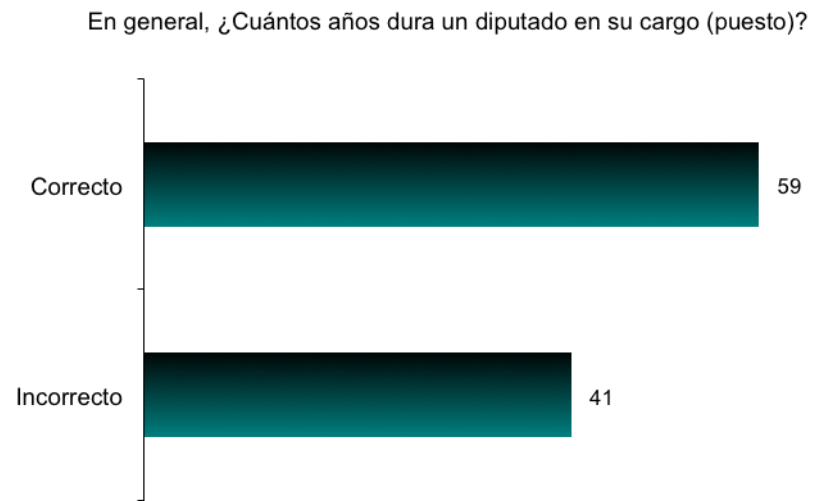


11.2 Índice de información política (anterior)

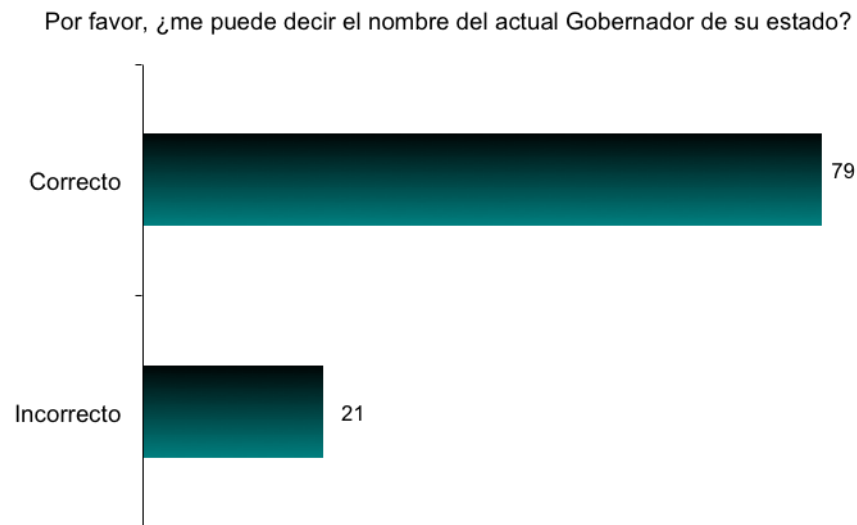
11.2.1 Cámaras que tiene el Congreso de México



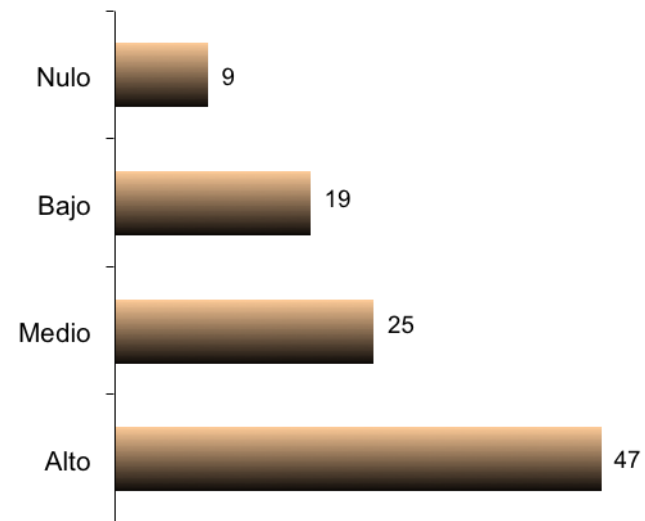
11.2.2 Años que dura un diputado en su cargo (puesto)



11.2.3 Nombre del actual gobernador de su estado



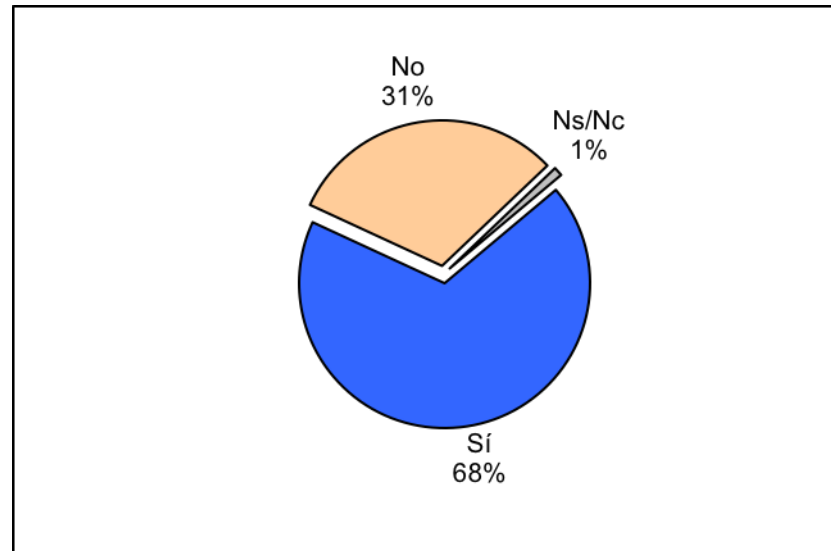
11.2.4 Índice de Información Política (Anterior)



12 Recordación de Publicidad

12.1 Recordación de publicidad de Josefina Vázquez Mota

Recientemente, ¿usted ha visto o escuchado algún anuncio de Josefina Vázquez Mota en radio y televisión? (%)



¿Cuáles de los anuncios de Josefina Vázquez Mota recuerda usted? Del 68% que ha visto o escuchado algún anuncio de JVM Respuesta espontánea	
	Sí mención
	Abr 2012
NO NEGOCIARÉ CON CRIMINALES, PRESIDENTA CON FALDA PERO CON MUCHOS PANTALONES	16
PISOS FIRMES	7
PROGRAMA OPORTUNIDADES	7
FRASES DE VARIOS ANUNCIOS (JOSEFINA DIFERENTE, MÉXICO DIFERENTE, VA A APOYAR, ETC.)	5
PACTO CON LA EDUCACIÓN	4
LAS PLAZAS DE MAESTROS YA NO SE VENDEN	4
EMPRENEDORES	3
BECAS A 8 MILLONES DE ESTUDIANTES	3
CUENTA BANCARIA ESCOLAR	1
COMPROMISOS NO CUMPLIDOS	1
TU VOZ ES MI VOZ	1
CAMBIAR A LA POLICÍA	1
Insuficientemente especificado	10*
Ns/ Nc	5
El número corresponde al % del total	
*Respuestas que por su vaguedad fue imposible categorizarlas en algún anuncio. Se mencionó principalmente “combate a la inseguridad”, “hablando de lo que hizo”, “candidata del PAN”, “fue secretaria”, “tomará las riendas de México”, “prometiéndole cosas”, “ella/ ella sentada”, “actuará conforme a la ley”, “gobernar bien, etc.	

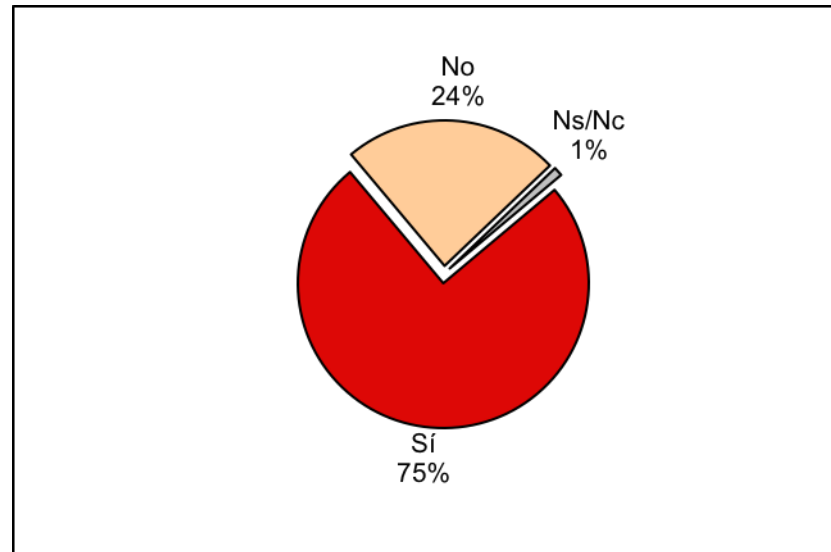
12.2 RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE JVM (espontánea)

¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Josefina Vázquez Mota?		%	
		Abril 2012	
		1era mención	2da mención
Recuerda algo		Del 68%	Del 17%
Frase		31	10
	Usa falda/ será presidenta con falda pero tiene/ gobernará con muchos pantalones	6	2
	Mejorará la educación (más escuelas, más becas, mejores maestros)	4	2
	No negociará con criminales/ crimen organizado	3	0
	Promovió colocó (3 millones de) pisos firmes	4	2
	Apoyo a la gente/ niños/ más necesitados	3	1
	(Como Secretaria de Desarrollo) creó/ inició Oportunidades	3	1
	Las plazas de los maestros ya no se venden	2	0
	Apoyo a pequeños empresarios/ comerciantes	1	1
	Quiero cambiar a México	1	0
	Cuenta bancaria escolar	1	0
	Más empleos	1	0
	Josefina diferente	0	0
	Peña Nieto no cumple, es un mentiroso	1	1
	Promovió/ dio becas	1	0
Imagen		7	0
	JVM con gente/ hablando/ los abraza	3	0
	Bebé/ niño jugando en la tierra	1	0
	El rostro/ cara de JVM/ a JVM	1	0
	JVM sentada frente a escritorio	1	0
	JVM en el campo	0	0
	JVM en salón de clases	0	0
	Niños jugando/ en escuela	1	0

Otro		12	6
	Seguirá combatiendo inseguridad/ narcotráfico/ crimen organizado	3	2
	Actuará con firmeza/ se le ve muy valiente	2	-
	Tuvo cargos públicos/ ha trabajado mucho	1	0
	Sus propuestas	1	0
	México mejor/ mejorara el país	1	-
	Otros	4	4
Ns/Nc		18	1
Los números corresponden al % del total. Los ceros corresponden a las menciones menores o iguales a 0.5% del total. Los guiones a las respuestas que no obtuvieron mención alguna.			

12.3 Recordación de publicidad del Enrique Peña Nieto

Recientemente, ¿usted ha visto o escuchado algún anuncio de Enrique Peña Nieto en radio y televisión? (%)



¿Cuáles de los anuncios de Enrique Peña Nieto recuerda usted?
Del 75% que ha visto o escuchado algún anuncio de EPN

	%
	<i>Abr 2012</i>
EPN RECORRIENDO EL PAÍS	17
CASA ABUELA	6
LOGROS EN EL ESTADO DE MÉXICO	6
EPN EN BAJA CALIFORNIA	6
EPN EN VERACRUZ	4
EPN NO CUMPLE	4
EPN EN OFICINA, DICE QUE FIRMÓ 600 COMPROMISOS	2
LOGROS INFRAESTRUCTURA	2
EPN EN QUINTANA ROO	2
CUMPLÍ MIS COMPROMISOS	1
EPN EN YUCATÁN	1
EPN EN OAXACA	1
HERMANOS	1
EPN EN COAHUILA	1
EPN EN JALISCO	1
EPN EN NUEVO LEÓN	1
<i>Insuficientemente especificado</i>	
“HABLANDO DE SU NIÑEZ/FAMILIA”, “RECUERDOS DE NIÑO”, “SEMBLANZA DE EPN”	4
“SE COMPROMETE”, “DONDE EMPEÑA SU PALABRA”, “PROMETE”	3
“PROMETE COMBATIR LA INSEGURIDAD”	2

¿Cuáles de los anuncios de Enrique Peña Nieto recuerda usted?
Del 75% que ha visto o escuchado algún anuncio de EPN

	%
	<i>Abr 2012</i>
Otros*	7
NS/NC	3
<i>Los números corresponden al % del total. * Respuestas muy dispersas, se mencionó marginalmente : “EPN en Guanajuato/ Aguascalientes/ Morelos/ DF” “anuncios en TV”, “ayuda para el campo”, “combatir la pobreza”, “saluda/ está con gente”, “mejorar educación/economía”, “va a mejorar el país”, etc.</i>	

12.4 RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE EPN

Del % que ha visto o escuchado algún anuncio de EPN (espontánea)

¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Enrique Peña Nieto?	%	
	Abril 2012	
	1era mención	2da mención
Recuerda algo	Del 75%	Del 21%

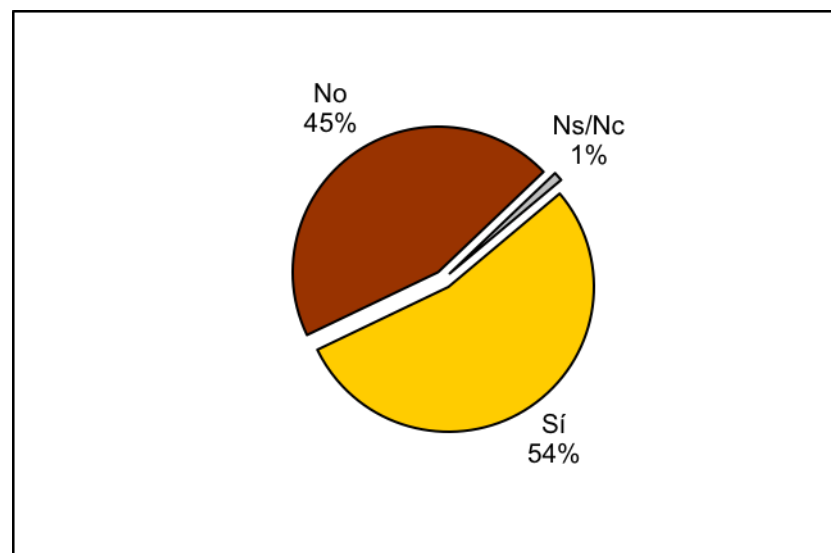
Frase	35	13
Cumplió sus compromisos/ lo que promete lo cumple	6	2
Mi compromiso es contigo/ va a cumplir	5	2
Habla sobre infancia/ escuchaba tocadiscos	5	2
Combatirá la violencia/ inseguridad/ dará tranquilidad	3	1
Apoyo a la gente/ campo/ educación	3	1
Más empleos/ mejores oportunidades para que no migren	3	2
Impulsar el turismo	2	0
Cambiará/ mejorará al país/ México exitoso	2	0
EPN no cumple/ miente	2	1
Me verán recorriendo cada uno de los estados del país	1	1
Charales con huevo/ pan con nata	1	0
Te lo firmo y te lo cumplo/ firma ante notario	1	1
Escuchando las necesidades de la gente/ por el bienestar de la gente	1	0

Imagen	21	6
Recorriendo varios estados/ la República	4	2
Casa abuela/ fotos familia/ tocadiscos	3	1
Obras terminadas en el Estado de México (carreteras, hospitales, autopistas, universidades)	3	0
Abraza a personas/ mujer indígena/ EPN con gente	2	0
EPN en otros estados	2	1
EPN en Veracruz/ puerto de Veracruz	1	1
EPN camina por un puente/ calles/ carreteras	1	0
Imágenes de EPN/ su sonrisa	1	-
Jugando fútbol con niños	1	0

Imagen		21	6
	Muro fronterizo/ la frontera	1	1
	Paisajes/ imágenes representativas de los estados	1	-
	Obras no concluidas	1	0
Otro		4	1
Ns/Nc		15	1
<i>El número corresponde al % del total</i>			

12.5 Recordación de publicidad del Andrés Manuel López Obrador

Recientemente, ¿usted ha visto o escuchado algún anuncio de Andrés Manuel López Obrador en radio y televisión? (%)



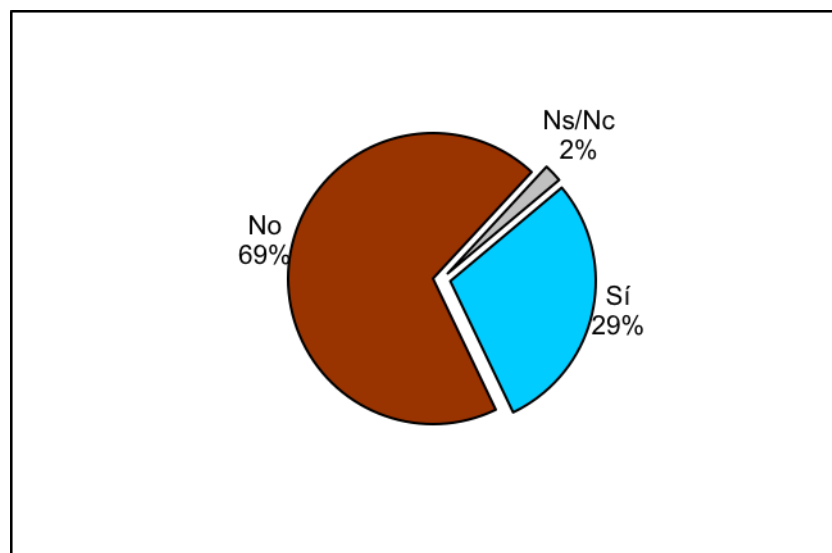
¿Cuáles de los anuncios de Andrés M. López Obrador recuerda usted? <i>Del 54% que ha visto o escuchado algún anuncio de AMLO</i>	
	<i>Sí mención</i>
	<i>Abr 2012</i>
HIJO AMLO	12
LA HISTORIA DE MÉXICO	9
SEGURIDAD	7
RECONCILIACIÓN	4
<i>Insuficientemente especificado</i>	
EL CAMBIO VERDADERO ESTÁ EN TUS MANOS	7
SENTADO EN ESCRITORIO	4
PROPUESTAS	3
Otros	4
Ns/Nc	4

12.6 RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE AMLO (*espontánea*)

¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Andrés Manuel López Obrador?		%	
		Abril 2012	
		1era mención	2da mención
Recuerda algo		Del 53%	Del 11%
Frase		21	7
	El gobierno dará seguridad, tenemos experiencia, ya lo hicimos en el Distrito Federal	4	1
	Me comprometo con ustedes y con mi hijo, deseo lo mejor para él y todos los niños de México	4	1
	El cambio verdadero está en tus manos	4	1
	Habrà más trabajo/ reduciré la pobreza	3	1
	Críticas a gobiernos anteriores del PRI y el PAN	2	1
	Pide disculpas/ ofrece su mano/ reconciliación	2	1
	Acabará con la corrupción	2	1
Imagen		10	3
	Sale con su hijo que lo besa	5	2
	Sentado en oficina/ escritorio	2	1
	Imágenes de la historia política del país	1	0
	Imágenes AMLO	1	0
	Mucha gente en mitin	1	0
Otro		7	1
	Sus propuestas/ proyectos	4	1
	Con él nos irá mejor/ mejorará el país	2	0
	Otro	1	0
Ns/Nc		15	0
Los números corresponden al % del total.			

12.7 Recordación de publicidad del Gabriel Quadri de la Torre

Recientemente, ¿usted ha visto o escuchado algún anuncio de Gabriel Quadri de la Torre en radio y televisión? (%)



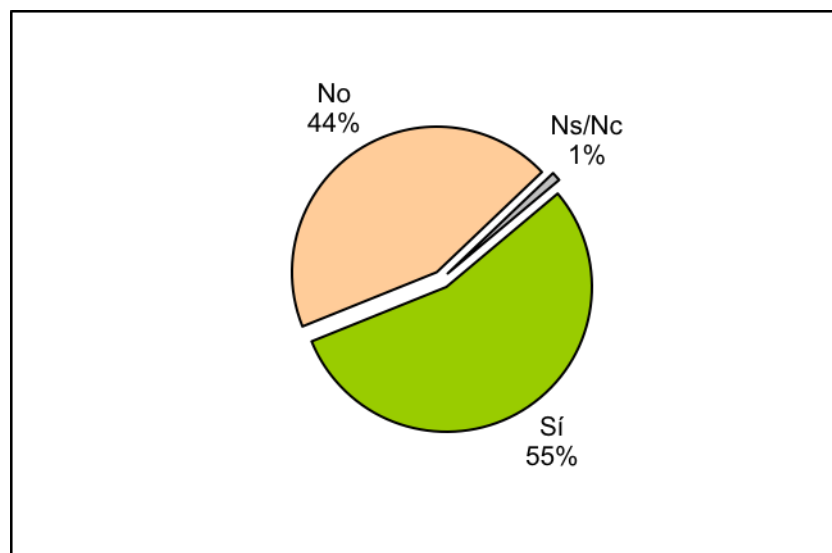
¿Cuáles de los anuncios de Gabriel Quadri de la Torre recuerda usted? <i>Del 29% que ha visto o escuchado algún anuncio de GQT</i>	
	<i>Sí mención</i>
	<i>Abr 2012</i>
VIOLENCIA DE GÉNERO	5
PERSONAJES VIAJANDO POR EL PAÍS	4
PREVENCIÓN DE DROGAS	3
PREPARATORIA OBLIGATORIA ES PROPUESTA DE NUEVA ALIANZA	3
PRESENTACIÓN DE PERSONAJES	1
<i>Insuficientemente especificado</i>	
UNA COMBI, JÓVENES EN COMBI	5
PROPUESTAS	2
“LA ALIANZA ES CONTIGO”	1
SPOTS DE OTROS CANDIDATOS (VALES DE MEDICINA, QUE LAS EMPRESAS QUE CONTAMINEN PAGUEN Y REPALEN EL DAÑO, PRINCIPALMENTE)	1
Ns/ Nc	4
<i>Los números corresponden al % del total.</i>	

12.8 RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE GABRIEL QUADRI (*espontánea*)

¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Gabriel Quadri de la Torre?		%	
		Abril 2012	
		1era mención	2da mención
Recuerda algo		Del 29%	Del 4%
Frase		9	3
	Vamos, te acompañamos a denunciarlo/ educar para dignificar el rol de las mujeres	4	1
	No hay que juzgar, las adicciones son una enfermedad que deben de ser tratadas.	2	1
	La preparatoria obligatoria/ educación preescolar fue iniciativa de Nueva Alianza	2	1
	La nueva alianza es contigo, ¿contamos contigo?	1	0
Imagen		8	1
	Los cuatro candidatos/ caracterización de los candidatos	2	0
	Mujer golpeada	2	1
	Jóvenes viajando	2	0
	Combi/ jóvenes en combi	1	0
	Drogadicto/ borracho	1	0
Otro		3	0
	Propuestas/ ayudar a la gente/ legalizar las drogas	2	0
	Otros	1	0
Ns/Nc		9	0
Los números corresponden al % del total.			

12.9 Recordación de publicidad del Partido Verde

Recientemente, ¿usted ha visto o escuchado algún anuncio del Partido Verde en radio y televisión? (%)



¿Cuáles de los anuncios del Partido Verde recuerda usted? <i>Del 55% que ha visto o escuchado algún anuncio del Partido Verde</i>	
	<i>Sí mención</i>
	<i>Abr 2012</i>
VALES DE MEDICINAS II (Mujer en farmacia del IMSS)	17
CUOTAS ESCOLARES II (Niño no puede entrar a escuela)	10
EMPRESAS CONTAMINANTES	10
CADENA PERPETUA	5
VALES DE MEDICINAS (Mujer con niño enfermo)	2
PENA DE MUERTE	2
CUOTAS ESCOLARES I (Pareja discutiendo)	1
OTROS	2
Ns/ Nc	6
<i>El número corresponde al % del total</i>	

12.10 RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DEL PVEM (espontánea)

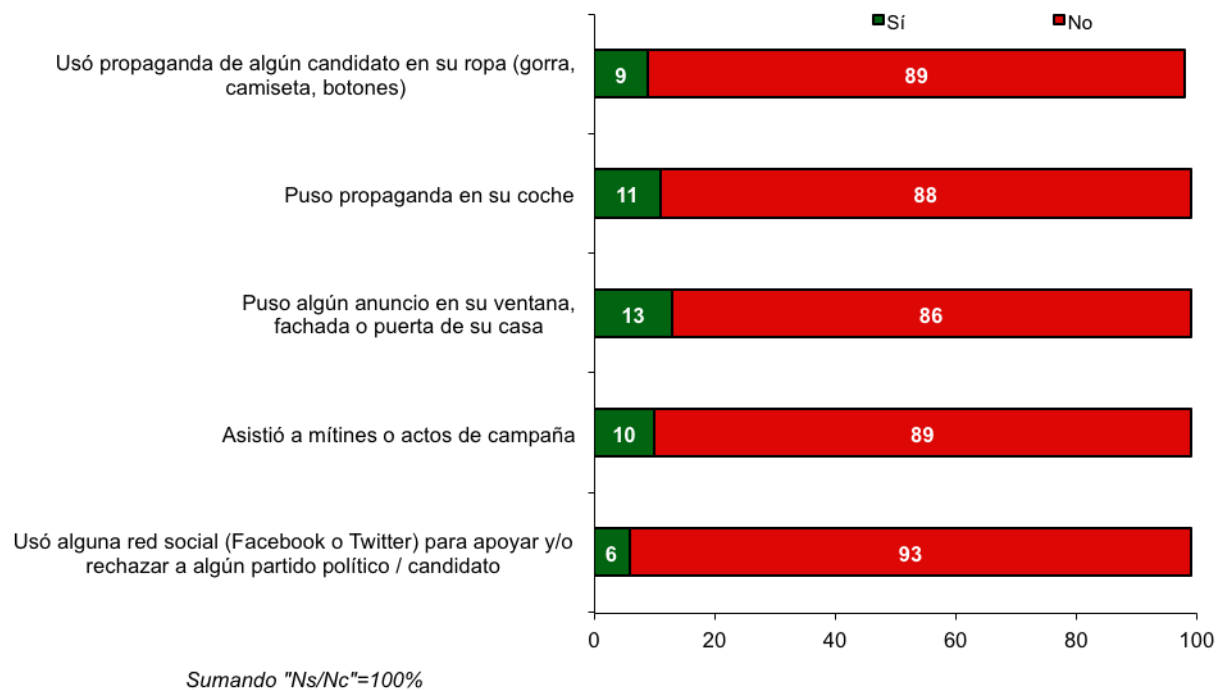
¿ Qué es lo que usted recuerda más de este anuncio del Partido Verde?		%	
		Abril 2012	
		1era mención	2da mención
Recuerda algo		Del 55%	Del 14%
Frase		22	9
	Si el gobierno no tiene las medicinas, que te las pague	6	1
	Vales de medicina/ que el gobierno dé vales de medicinas	4	2
	No a las cuotas/ no al abuso de cuotas	4	2
	Cadena perpetua a secuestradores	3	2
	Que las empresas que contaminen paguen y reparen el daño	2	1
	Inge. ya sabemos donde tirar el ácido/	1	1
	A mi que me importa, hagan lo que quieran	1	0
	¿Con qué? Las tiene que comprar con su dinero	1	0
	Pena de muerte a secuestradores	1	0
Imagen		14	3
	Señora en ventanilla del IMSS pidiendo medicina	4	1
	Niño llegando a la escuela y no lo dejan pasar	3	1
	Trabajadores tirando desechos tóxicos	2	1
	Mamá quejándose en hospital por agua contaminada	2	0
	Señora con bebé en brazos, corriendo y llorando	1	0
	Secuestrador detrás de rejas	1	0
	Pareja revisando lista de útiles y discutiendo sobre las cuotas	1	0
Otro		7	1
	Propuestas	2	0
	Cosas de la vida real/ mucho realismo	2	0

Otro		7	1
	Cuidar medio ambiente	1	1
	Otros	2	0
Ns/Nc		12	1
<i>El número corresponde al % del total</i>			

13 Participación política y clientelismo

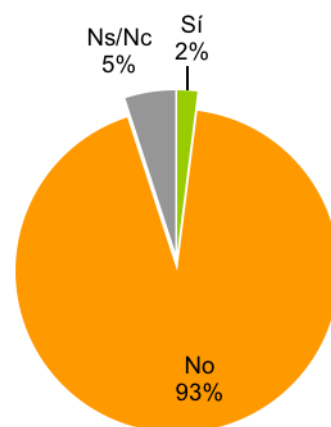
13.1 Apoyo general a los candidatos y/o partidos

Algunas personas apoyan con acciones a los candidatos o a los partidos en las campañas para la elección del Presidente. En esta campaña, ¿Usted ha hecho alguna de las siguientes cosas?



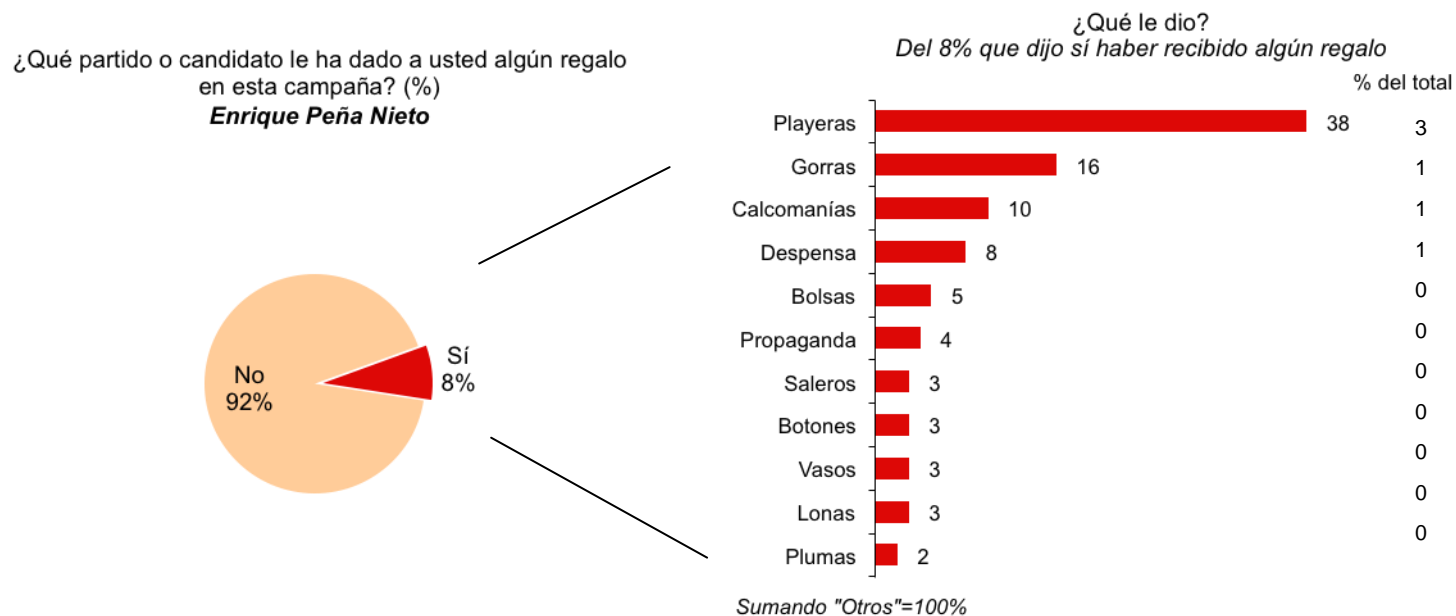
13.2 Apoyo económico a los candidatos y/o partidos

En lo que va de campaña ¿ha apoyado económicamente a algún partido, alianza o candidato?



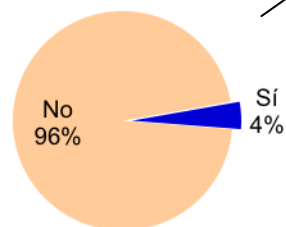
13.3 Regalos al entrevistado

¿Qué partido o candidato le ha dado a usted algún regalo en esta campaña?	
	Sí (%)
Enrique Peña Nieto PRI-Partido Verde	8
Josefina Vázquez Mota PAN	4
Andrés Manuel López Obrador PRD-PT-Movimiento Ciudadano	3
Gabriel Quadri de la Torre Nueva Alianza	1
<i>Respuestas independientes no suman 100%</i>	

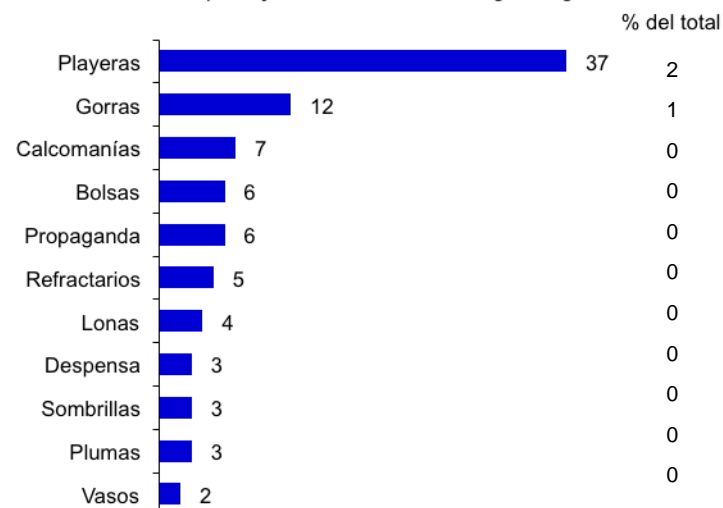


¿Qué partido o candidato le ha dado a usted algún regalo en esta campaña? (%)

Josefina Vázquez Mota



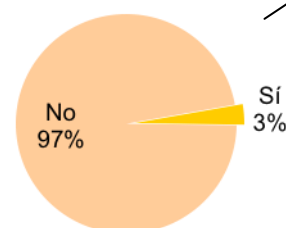
¿Qué le dio?
Del 4% que dijo sí haber recibido algún regalo



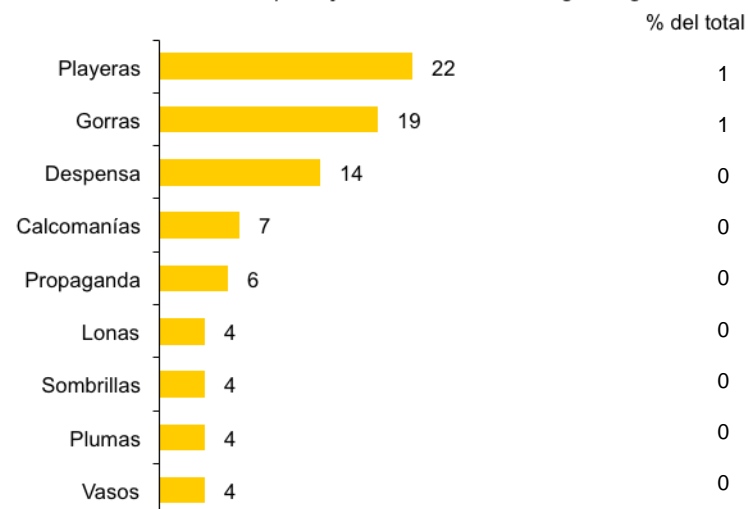
Sumando "Otros"=100%

¿Qué partido o candidato le ha dado a usted algún regalo en esta campaña? (%)

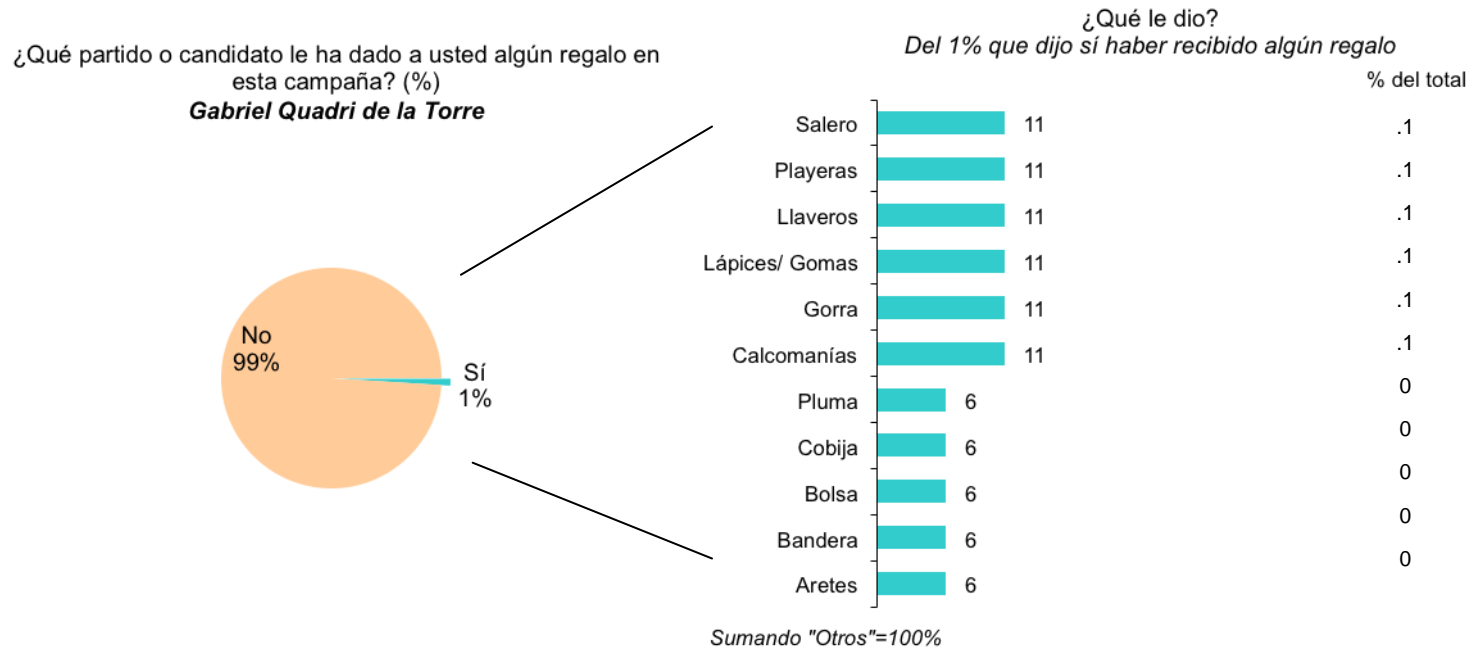
Andrés Manuel López Obrador



¿Qué le dio?
Del 3% que dijo sí haber recibido algún regalo



Sumando "Otros"=100%

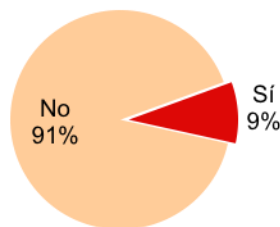


13.4 Regalos en su colonia

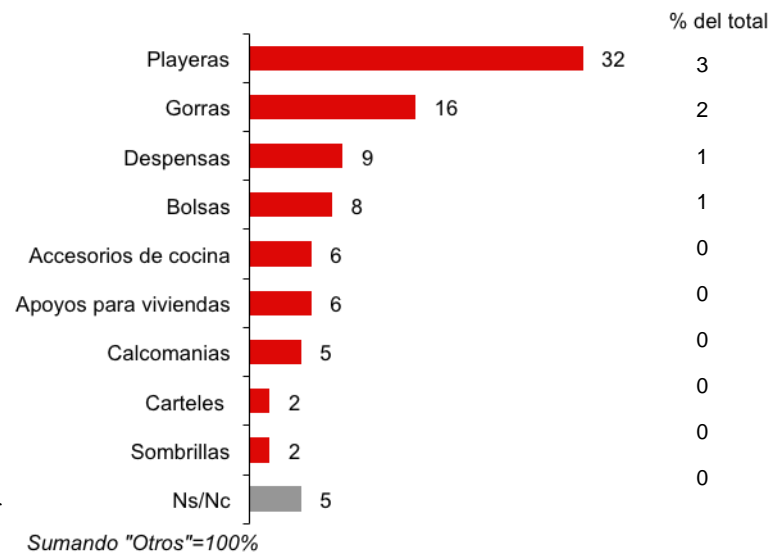
Y dígame, ¿de qué partido o candidato en su colonia han recibido regalos en esta campaña?	
	Sí (%)
Enrique Peña Nieto PRI-Partido Verde	9
Josefina Vázquez Mota PAN	5
Andrés Manuel López Obrador PRD-PT-Movimiento Ciudadano	4
Gabriel Quadri de la Torre Nueva Alianza	1
<i>Respuestas independientes no suman 100%</i>	

Y dígame, ¿de qué partido o candidato en su colonia han recibido regalos en esta campaña? (%)

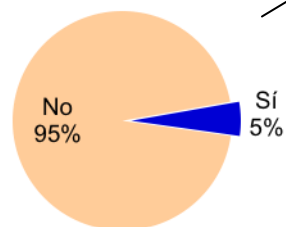
Enrique Peña Nieto



¿Qué le dio?
Del 9% que dijo que en su colonia sí han recibido algún regalo



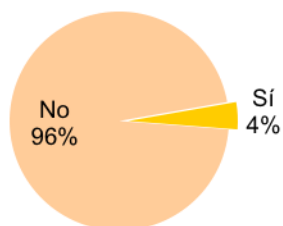
Y dígame, ¿de qué partido o candidato en su colonia han recibido regalos en esta campaña? (%)
Josefina Vázquez Mota



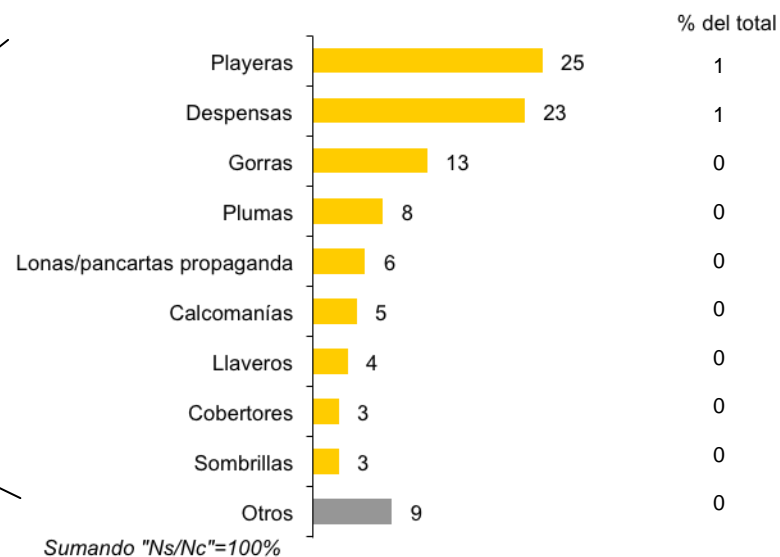
¿Qué le dio?
 Del 5% que dijo que en su colonia sí han recibido algún regalo



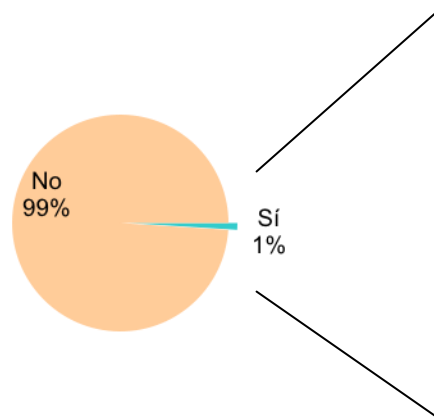
Y dígame, ¿de qué partido o candidato en su colonia han recibido regalos en esta campaña? (%)
Andrés Manuel López Obrador



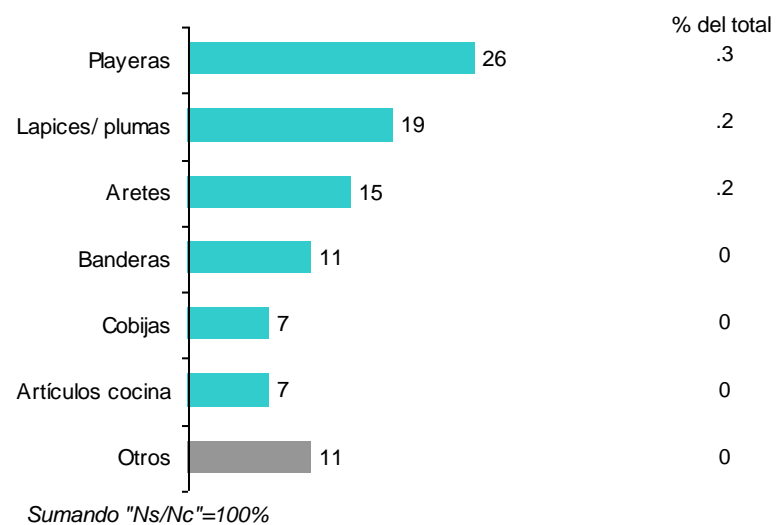
¿Qué le dio?
 Del 4% que dijo que en su colonia sí han recibido algún regalo



Y dígame, ¿de qué partido o candidato en su colonia han recibido regalos en esta campaña? (%)
Gabriel Quadri de la Torre



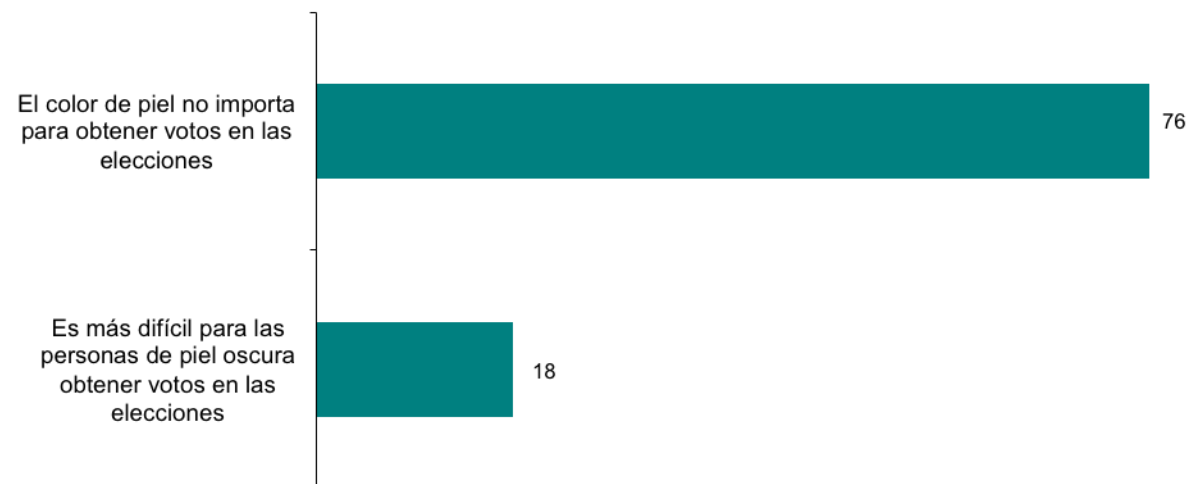
¿Qué le dio?
Del 1% que dijo que en su colonia sí han recibido algún regalo



14 Estereotipos

14.1 El color de piel del candidato(a) no importa para decidir por quien votar

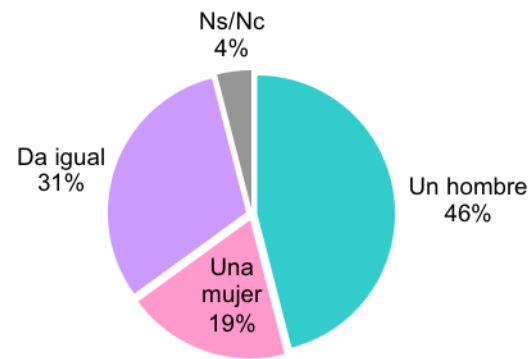
Algunas personas dicen que el color de piel de los candidatos no importa cuando se trata de decidir por quién votar, otros dicen que cuando se trata de votar por algún candidato o candidata, su color de piel sí importa, es decir, es más difícil para personas de piel oscura obtener votos. Usted qué piensa ¿El color de piel no importa a la hora de decidir por quién votar, o es más difícil para las personas de piel oscura obtener votos en las elecciones?



Sumando "Ns/Nc"=100%

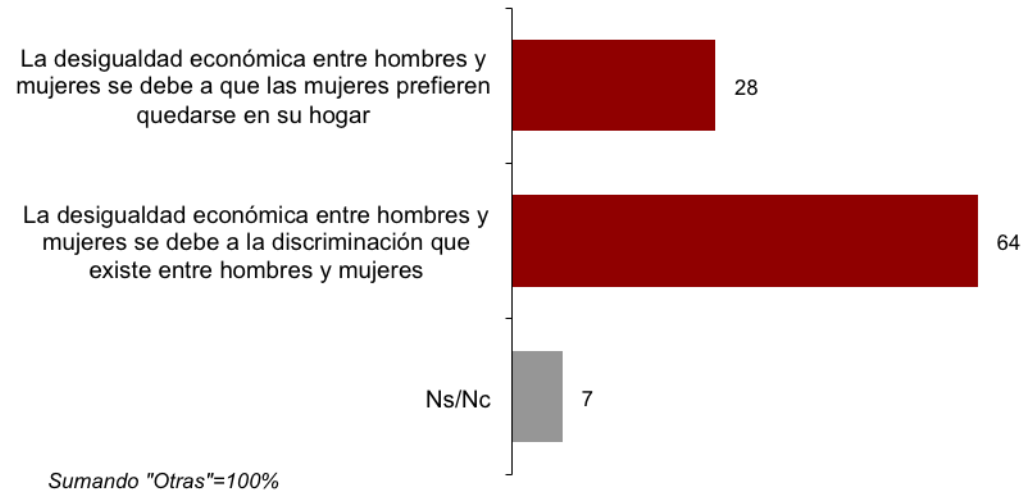
14.2 Preferencia de mejor actuación en el gobierno según género

Dados los problemas que enfrenta el país, como la lucha contra el crimen organizado y el lento crecimiento económico, ¿quién cree que gobernaría mejor, un hombre o una mujer?



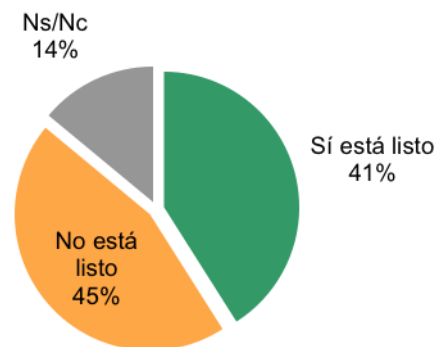
14.3 Explicación de la desigualdad económica por género

¿Qué se acerca más a lo que usted piensa: la desigualdad económica entre hombres y mujeres se debe a que las mujeres prefieren quedarse en su hogar o la desigualdad económica se debe a que existe discriminación en contra de las mujeres?



14.4 México listo para tener una mujer presidenta.

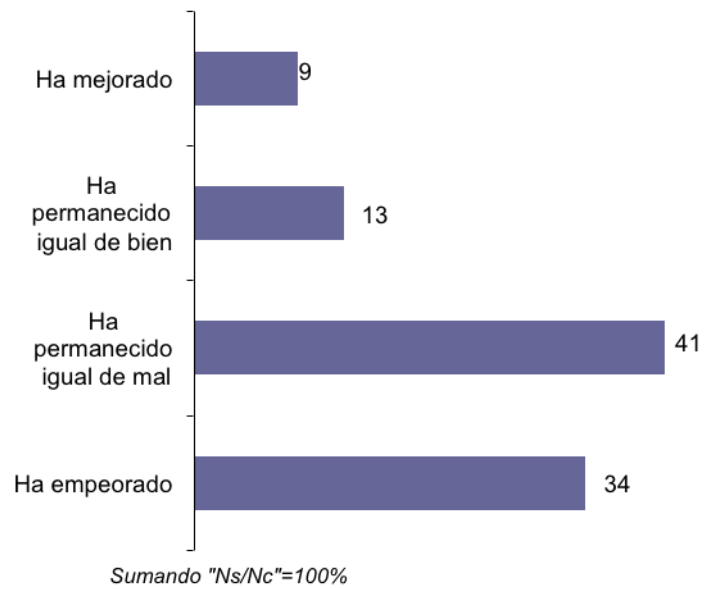
Usted qué opina, ¿México está listo para tener una mujer presidenta?



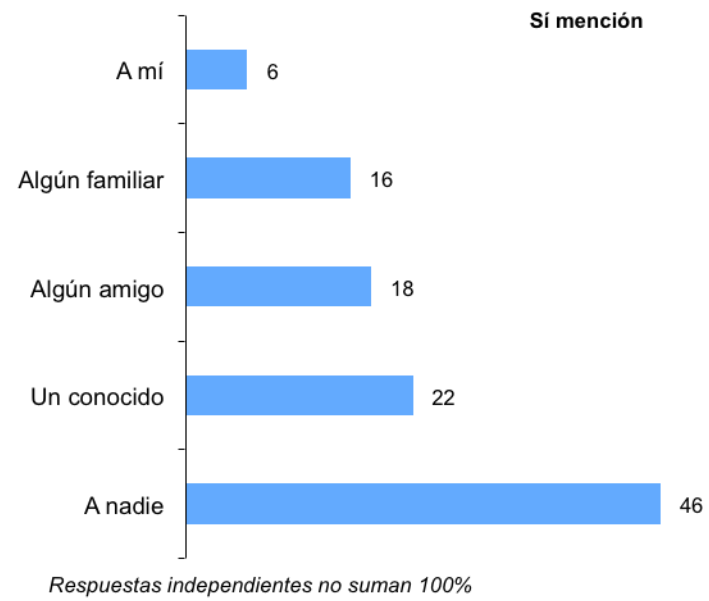
15 Crimen y Seguridad

15.1 Percepción sobre la seguridad

Comparado con abril de 2011, ¿usted cree que la violencia relacionada con el crimen organizado en el país ha empeorado, mejorado o se ha mantenido igual?

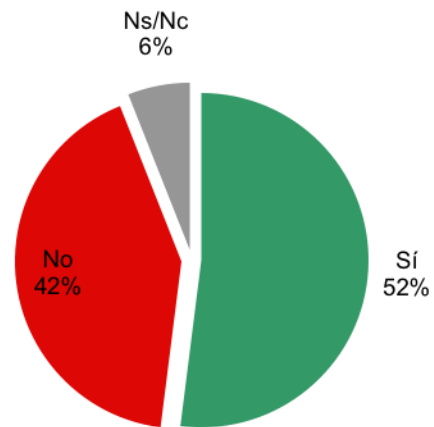


En estos últimos doce meses usted, algún familiar, algún amigo o conocido ¿se ha visto afectado directamente por la violencia que provoca el crimen organizado?

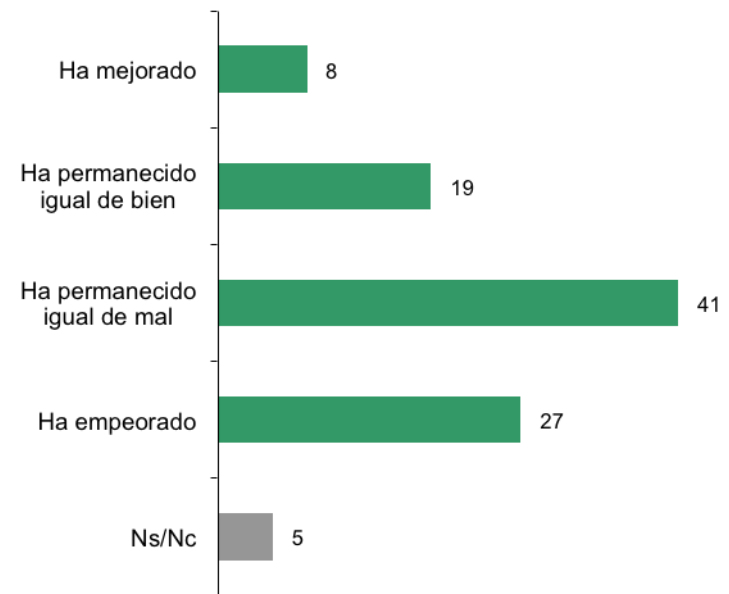


15.2 Afectación de la violencia por el crimen organizado a nivel local

En su municipio/delegación ¿se han dado actos de violencia relacionados a la lucha contra el crimen organizado?



Durante los últimos doce meses el nivel de violencia relacionado al crimen organizado en su municipio/delegación ¿ha empeorado, mejorado o ha permanecido igual?

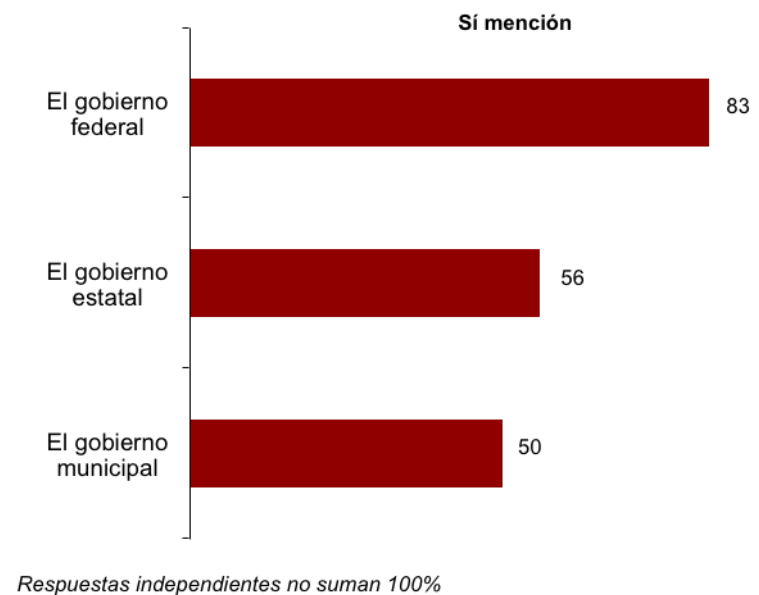


15.3 Responsables de la situación de seguridad y el combate contra el crimen organizado

¿Quién o quiénes cree usted que es el responsable del nivel de violencia relacionado con el crimen organizado y el narcotráfico?



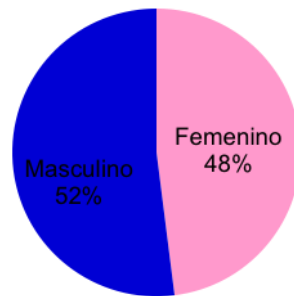
Dígame, ¿a qué nivel de gobierno, federal, estatal o municipal, le corresponde más el combate contra el crimen organizado y el narcotráfico?



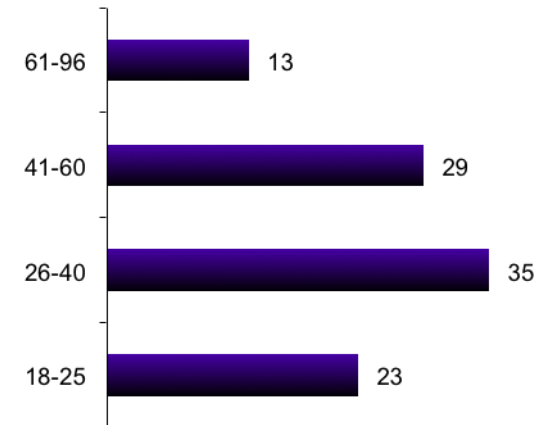
16 Datos Socioeconómicos

Perfil del entrevistado

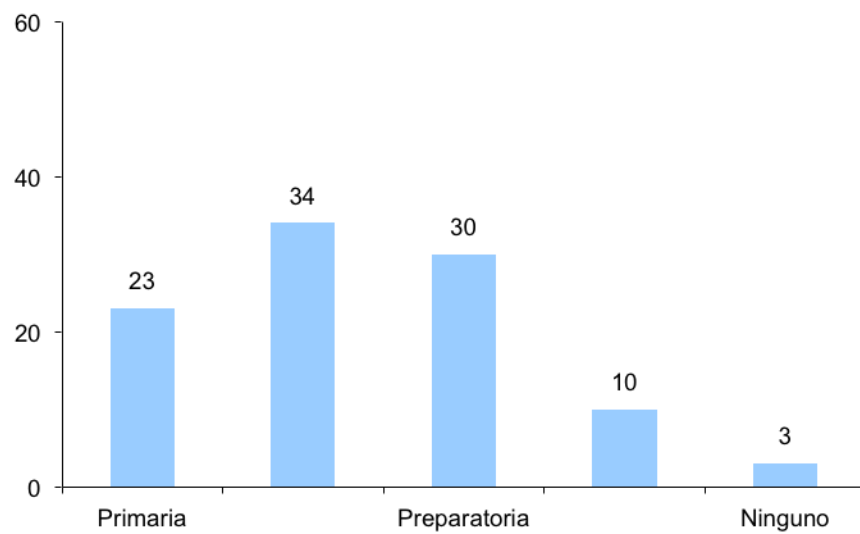
SEXO



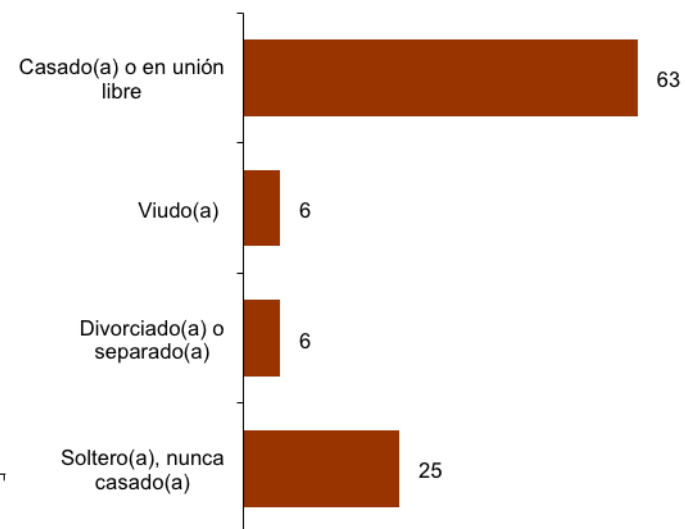
EDAD



ESCOLARIDAD



ESTADO CIVIL

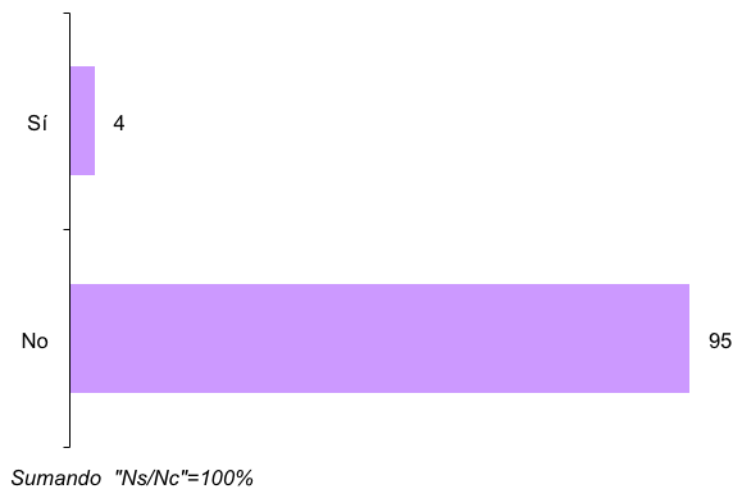


PERTENENCIA A ALGUNA ASOCIACIÓN LABORAL

¿Pertenece usted a algún sindicato, organización o asociación laboral?

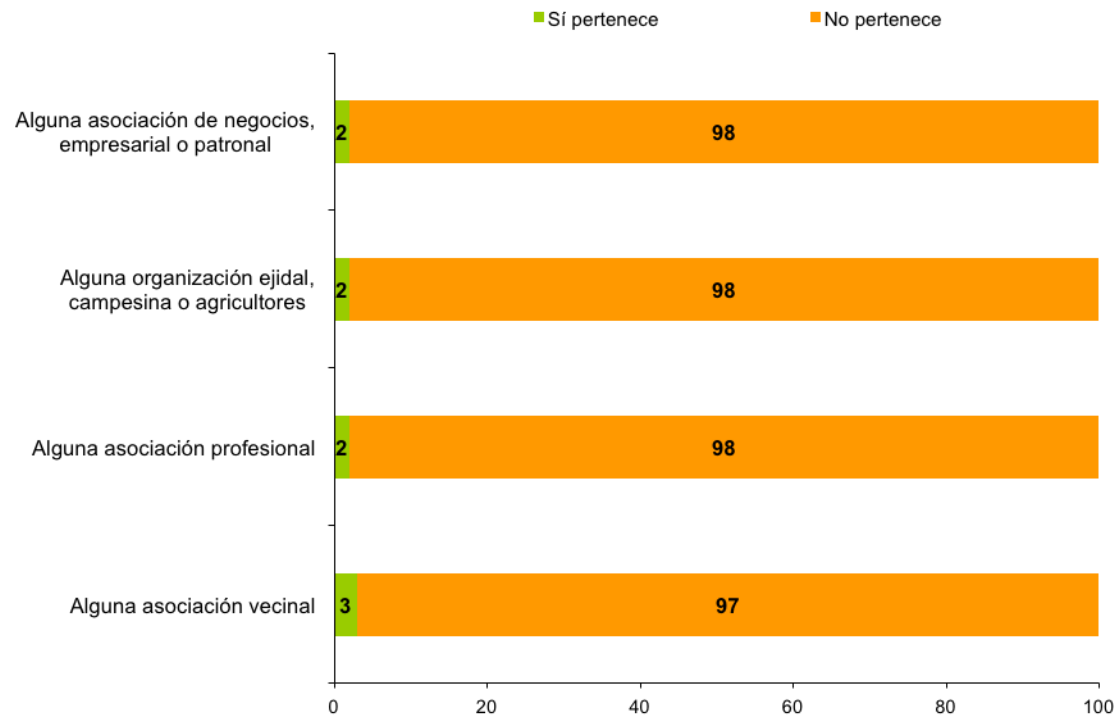


¿Alguien más en su hogar pertenece a algún sindicato o asociación laboral?



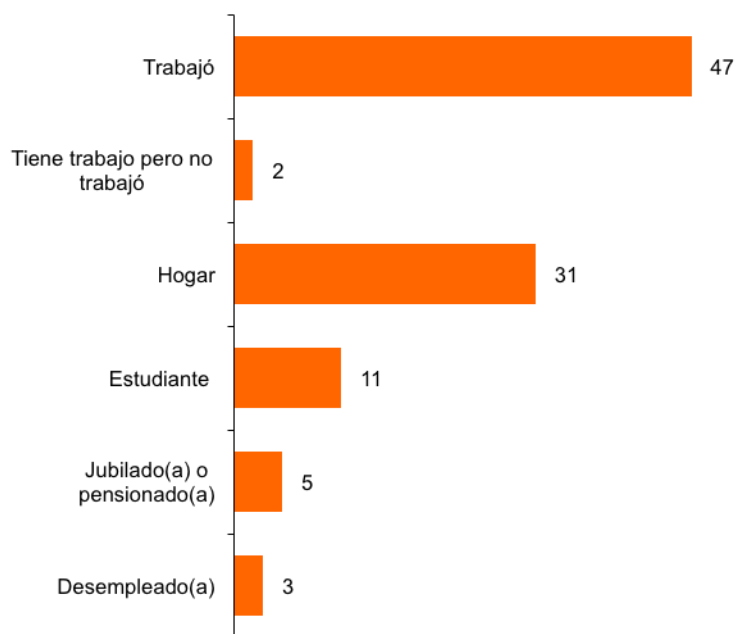
PERTENENCIA A ALGUNA ASOCIACIÓN LABORAL

Por favor dígame si usted pertenece o no a alguna de las siguientes asociaciones:



ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA SEMANA PASADA

¿Cuál fue su actividad principal la semana pasada?

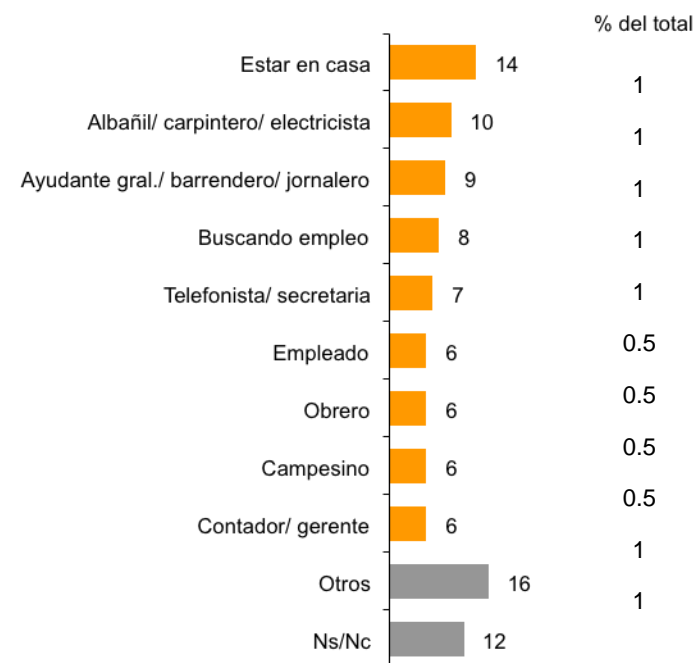


Sumando "Está incapacitado permanentemente" y "N/c" = 100%

ÚLTIMA OCUPACIÓN

Dígame por favor ¿Cuál fue su última ocupación principal, es decir, en donde pasaba usted el mayor tiempo?

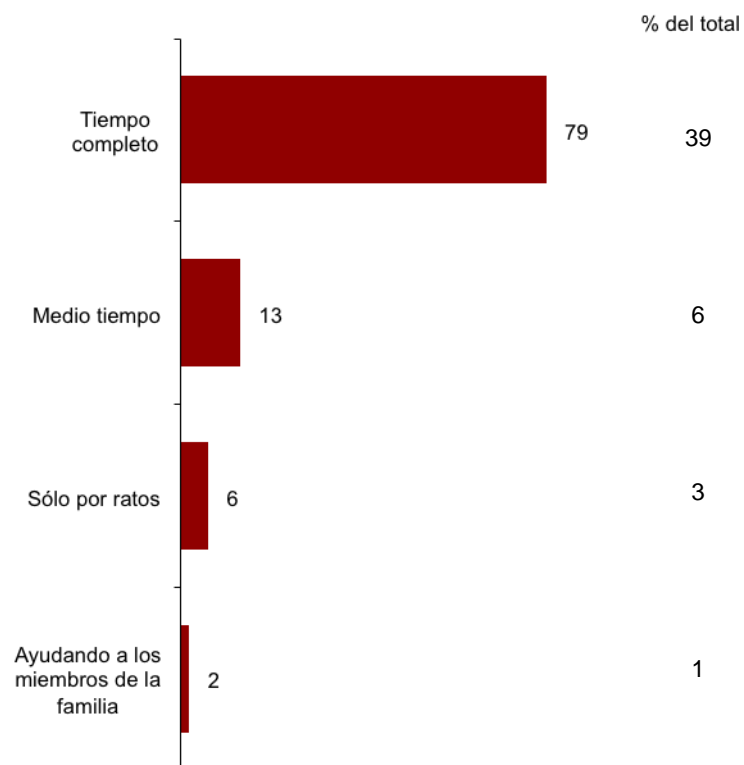
Del 9% que respondió desempleado, incapacitado permanentemente y jubilado o pensionado



CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO DEL ENCUESTADO

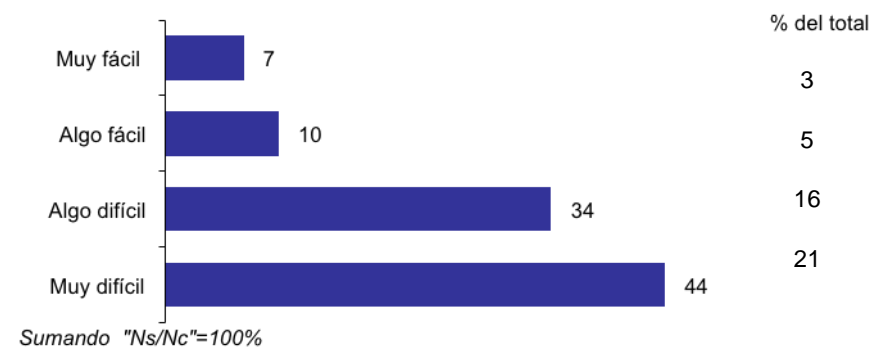
¿ Trabaja de tiempo completo, de medio tiempo, sólo por ratos o ayudando a la familia?

Del 49% que contestaron trabajó, tiene trabajo pero no trabajó y no sabe no contestó



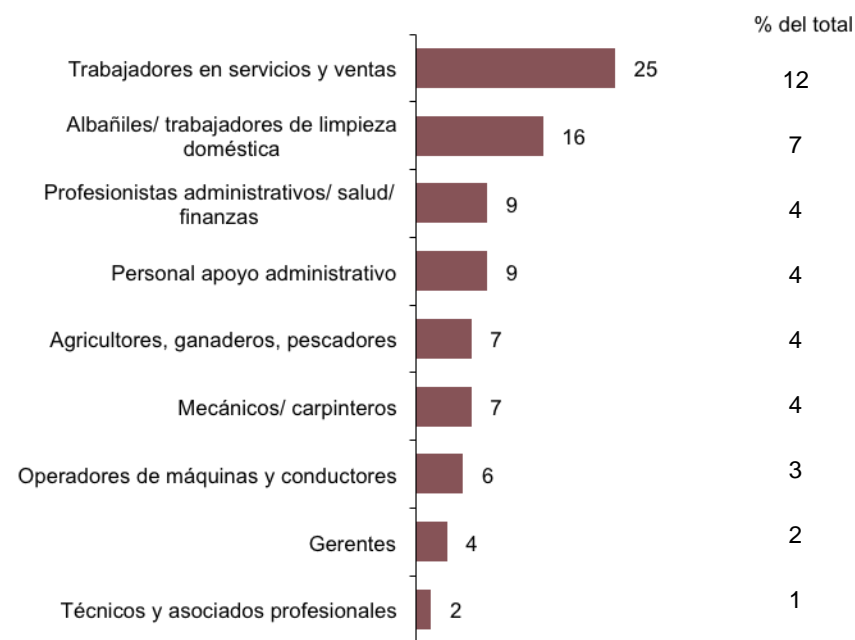
Si usted perdiera su trabajo, ¿qué tan fácil o difícil sería encontrar otro trabajo EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES? ¿Muy fácil, algo fácil, algo difícil o muy difícil?

Del 48% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



¿Cuál es su principal ocupación en el trabajo en el que pasa usted el mayor tiempo?

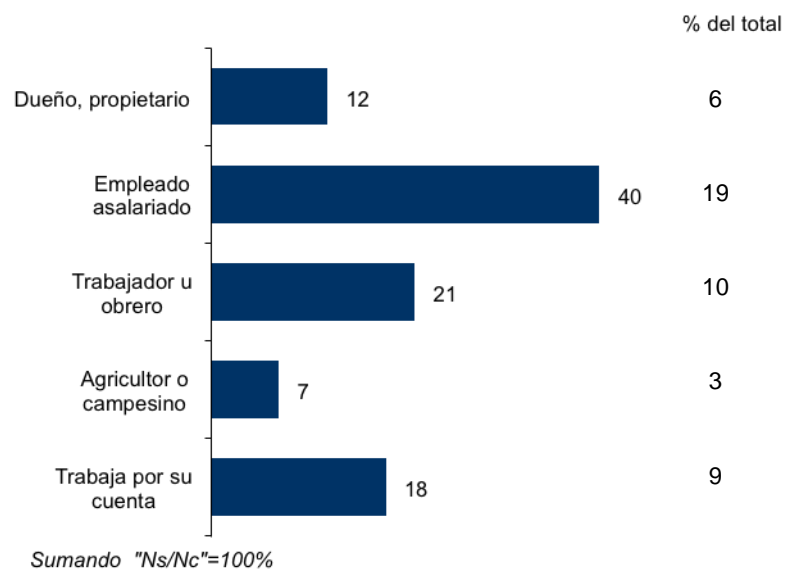
Del 48% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Insuf. especif." y "Ns/Nc"=100%

PUESTO Y ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL TRABAJO DEL ENCUESTADO

¿Y qué es usted en el lugar donde trabaja?
Del 48% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



TIPO DE INSTITUCION

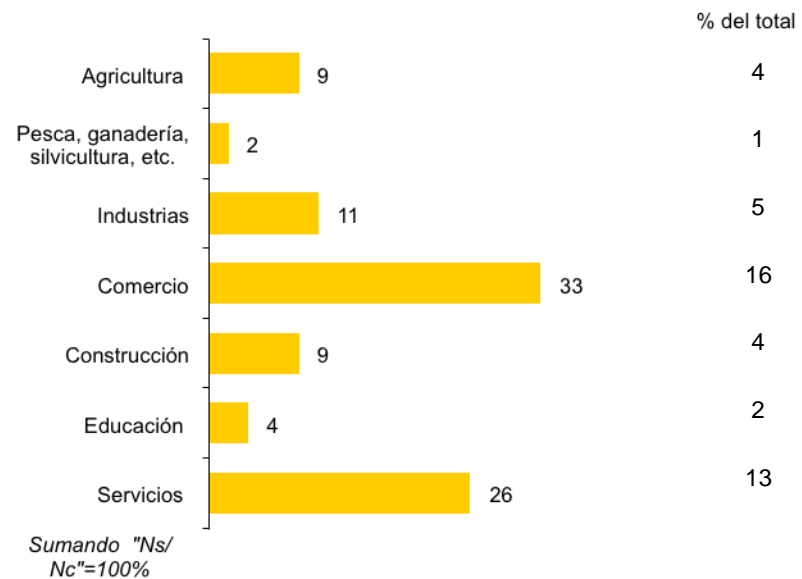
¿En qué tipo de institución, organismo, o empresa trabaja usted?
Del 48% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



TIPO DE ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN

¿A qué tipo de actividad se dedica la institución o empresa donde usted trabaja?

Del 48% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA PAREJA LA SEMANA PASADA

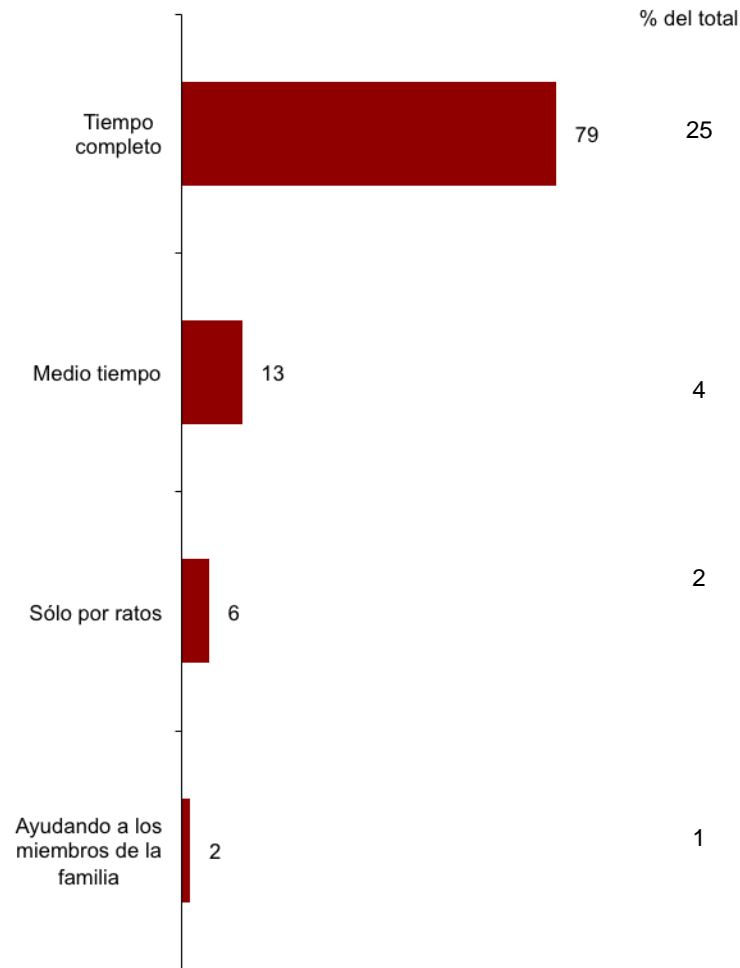
¿Cuál fue la actividad principal de su esposo(a) o pareja la semana pasada?



CARACTERÍSTICAS DE LA OCUPACIÓN DE LA PAREJA DEL ENTREVISTADO

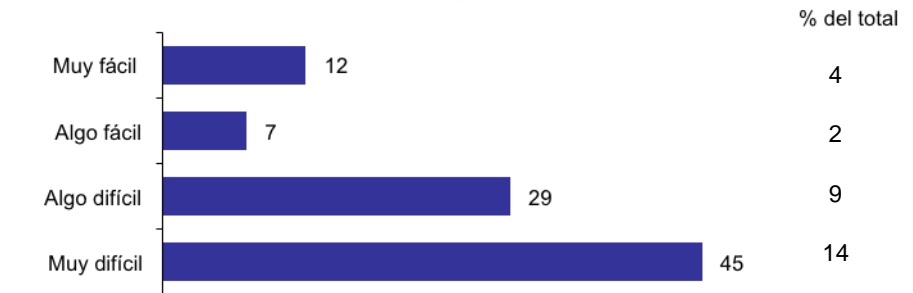
¿Su esposo (a) o pareja trabaja de tiempo completo, de medio tiempo o sólo por ratos?

Del 31% que contestaron que su esposo o pareja trabajó y tiene trabajo pero no trabajó



Si su esposa(o)/pareja perdiera su trabajo, ¿qué tan fácil o difícil le sería encontrar otro trabajo EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES? ¿Muy fácil, algo fácil, algo difícil o muy difícil?

Del 32% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Ns/Nc"=100%

¿Cuál es la principal ocupación de su esposo (a) o pareja, es decir el trabajo en el que pasa el mayor tiempo?

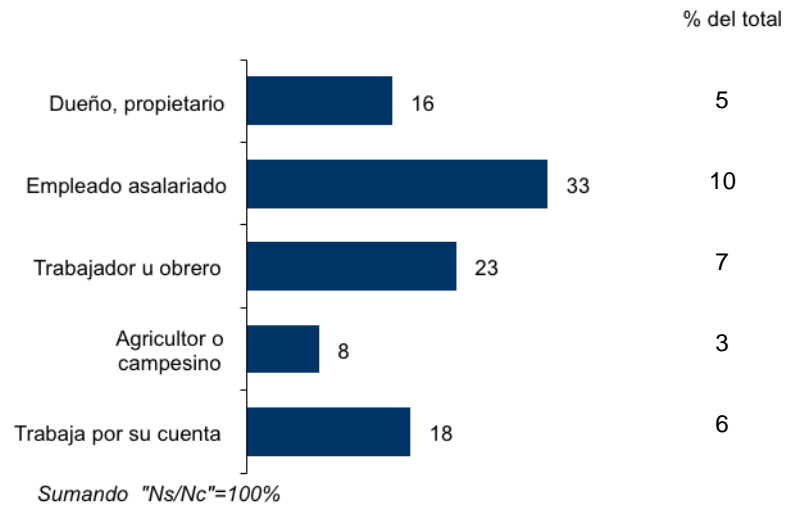
Del 31% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



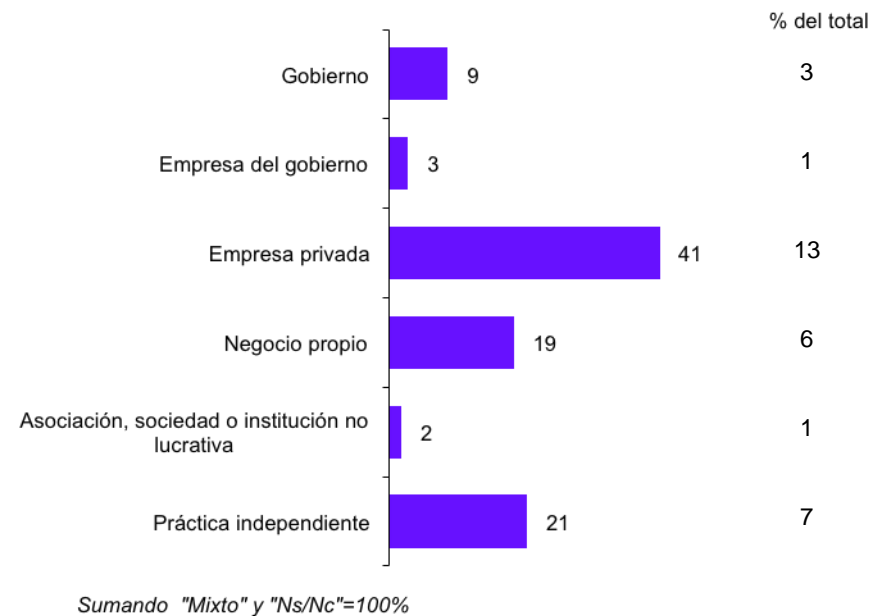
Sumando "Otros" y "Ns/Nc"=100%

CARACTERÍSTICAS DE LA OCUPACIÓN DE LA PAREJA DEL ENTREVISTADO

¿Y qué es su esposo (a) o pareja en el lugar donde trabaja?
Del 32% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo,
medio tiempo y sólo por ratos



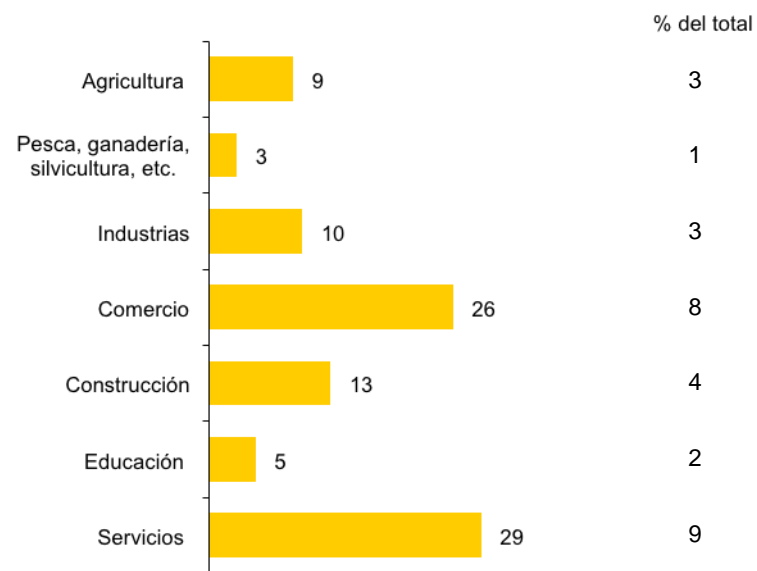
¿En qué tipo de institución, organismo o empresa
trabaja su esposo (a) o pareja?
Del 32% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo,
medio tiempo y sólo por ratos



TIPO DE ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA LA PAREJA DEL ENTREVISTADO

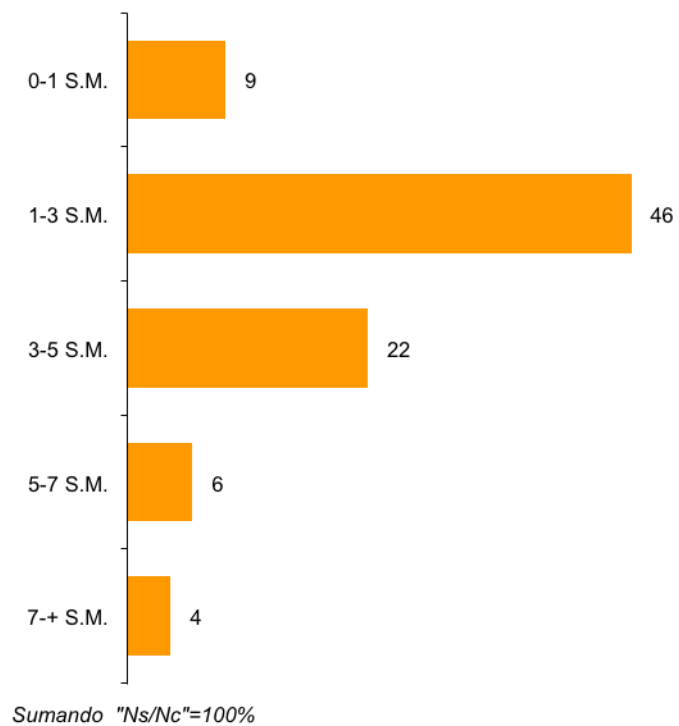
¿A qué tipo de actividad se dedica la institución o empresa donde trabaja su esposo (a) o pareja?

Del 32% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



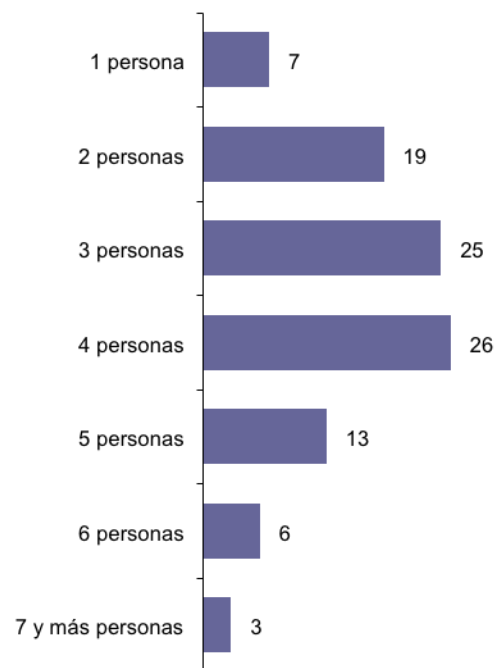
Sumando "Ns/Nc"=100%

INGRESO FAMILIAR MENSUAL



PERSONAS QUE DEPENDEN DEL INGRESO FAMILIAR

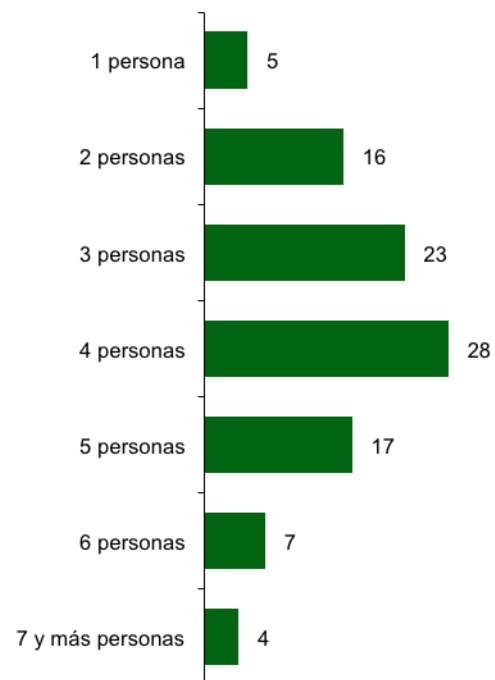
¿Cuántas personas dependen de este ingreso familiar?



Sumando "Ns/Nc"=100%

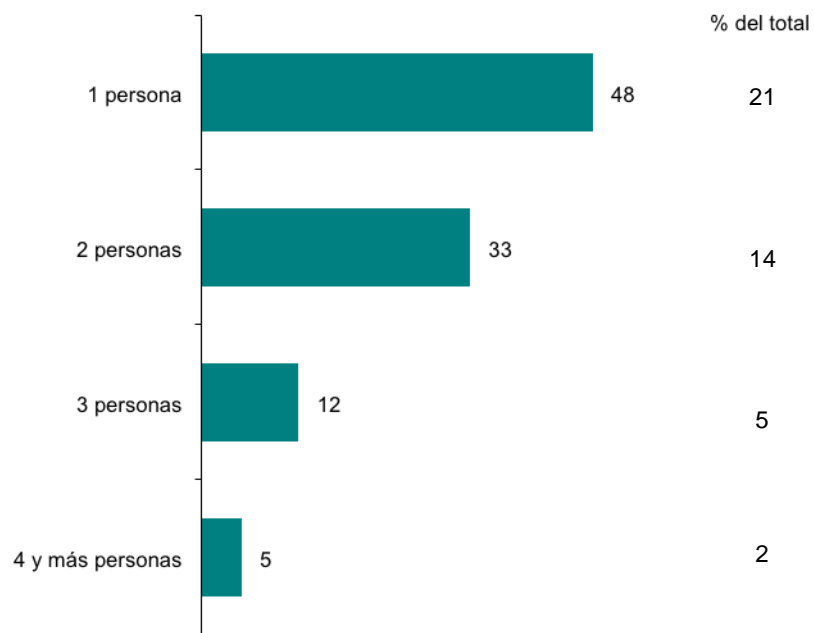
NÚMERO DE HABITANTES DEL HOGAR

¿Cuántas personas viven en su hogar incluyéndolo a usted?



PERSONAS MENORES DE 18 AÑOS

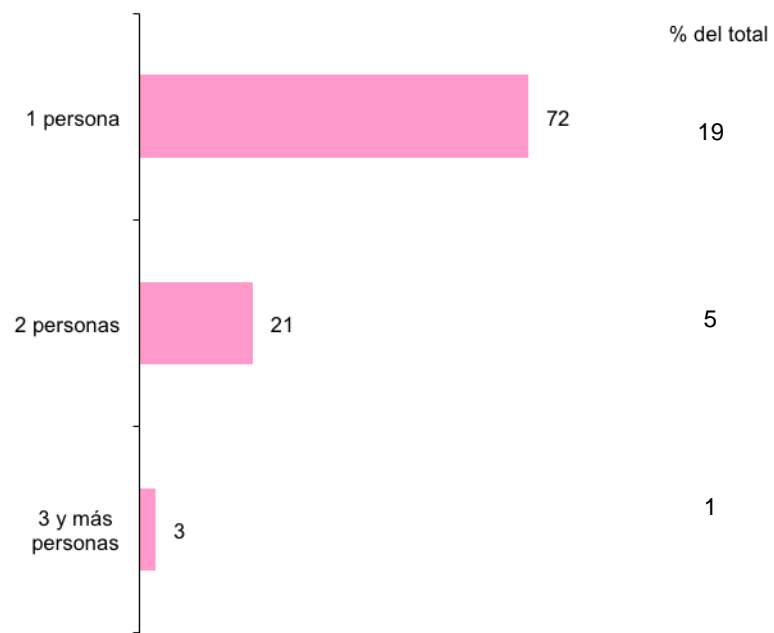
¿Cuántas personas en su hogar tienen menos de 18 años?
Del 43% de la muestra



Sumando "Ns/Nc"=100%

PERSONAS MENORES DE 6 AÑOS

¿Cuántas personas en su hogar tienen menos de 6 años?
Del 26% de la muestra



Sumando "Ns/Nc"=100%

FRECUENCIA CON LA QUE ASISTE A LA IGLESIA

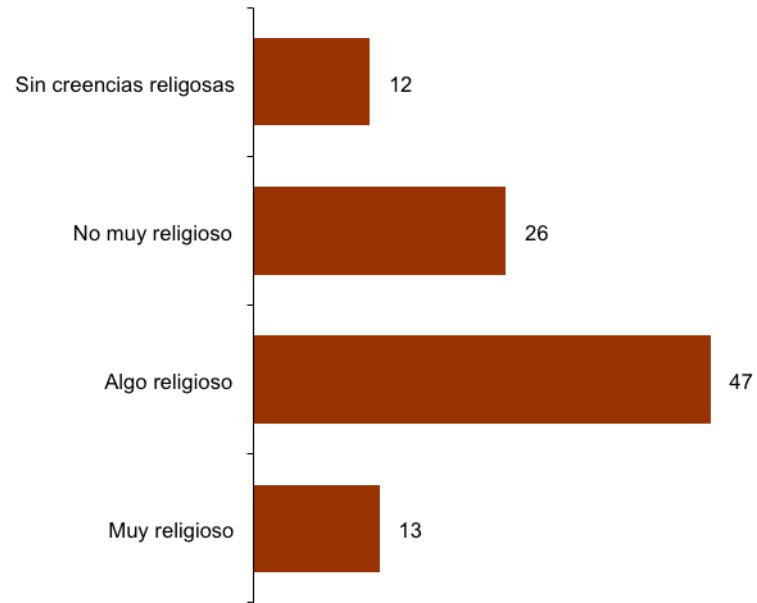
¿Con qué frecuencia asiste usted a la iglesia o al templo sin contar ocasiones especiales como bodas y funerales?



Sumando "Ns/Nc"=100%

GRADO DE RELIGIOSIDAD

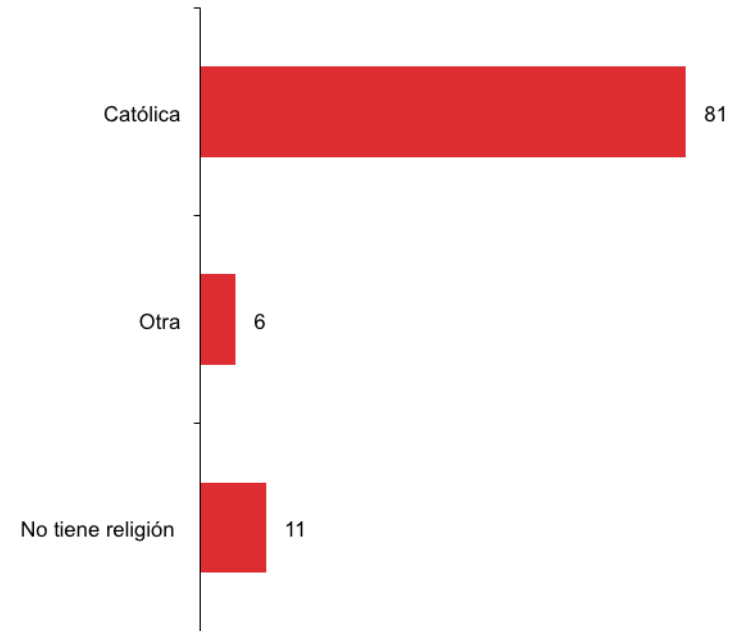
¿Cómo considera su grado de religiosidad?



Sumando "Ns/Nc"=100%

RELIGIÓN

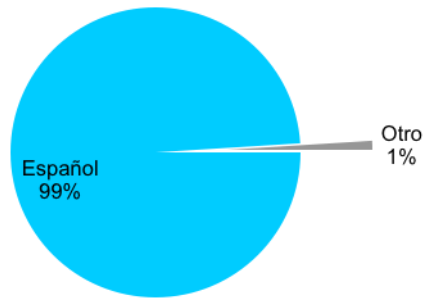
¿Me podría decir actualmente cuál es su religión?



Sumando "Nc"=100%

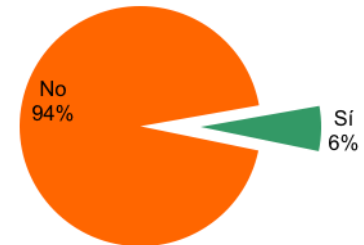
IDIOMA QUE HABLA

¿Qué idioma habla usualmente en su hogar?



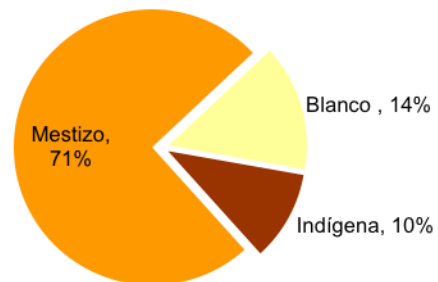
LENGUA INDÍGENA

¿Habla usted alguna lengua indígena?



RAZA

¿Cómo se considera usted: indígena, mestizo, blanco, o de otro grupo?



Sumando "Nc"=100%

PAÍS DE NACIMIENTO

¿En qué país nació usted?

Todos los entrevistados mencionaron haber nacido en México

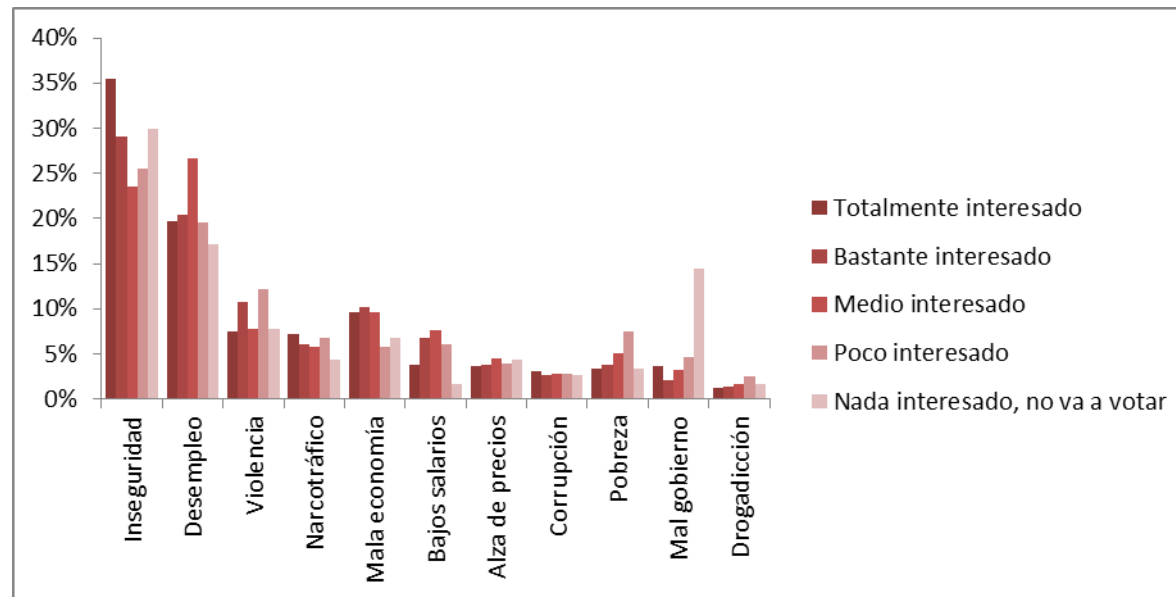
AÑO EN QUE SE ESTABLECIÓ EN MÉXICO

¿En qué año se estableció en México?

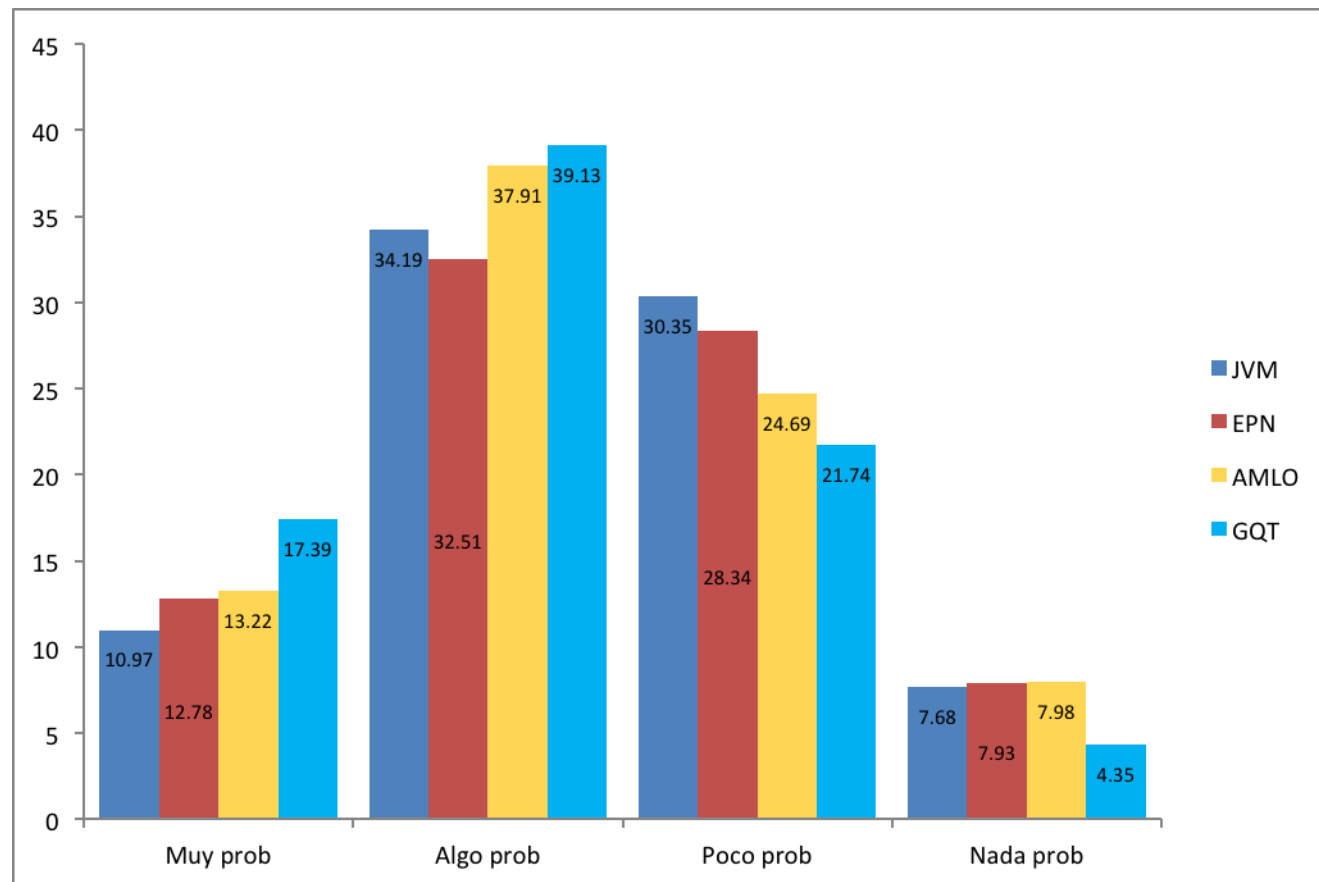
No aplica

XII. ANEXO GRÁFICO: ANÁLISIS DEL ESTUDIO PREELECTORAL

a) *Interés de ir a votar de acuerdo con el principal problema del país*

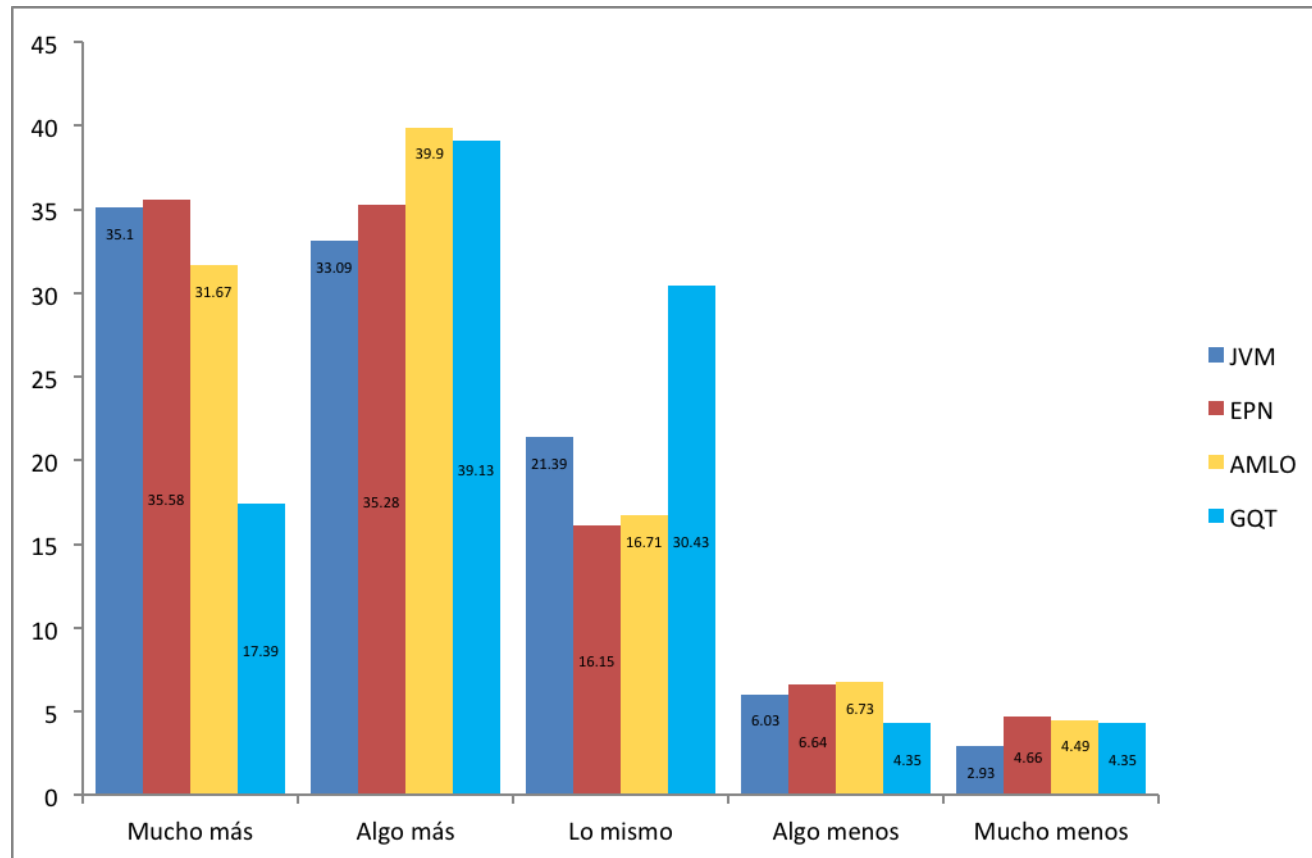


b) Probabilidad de que disminuya el ingreso familiar respecto a la intención de voto

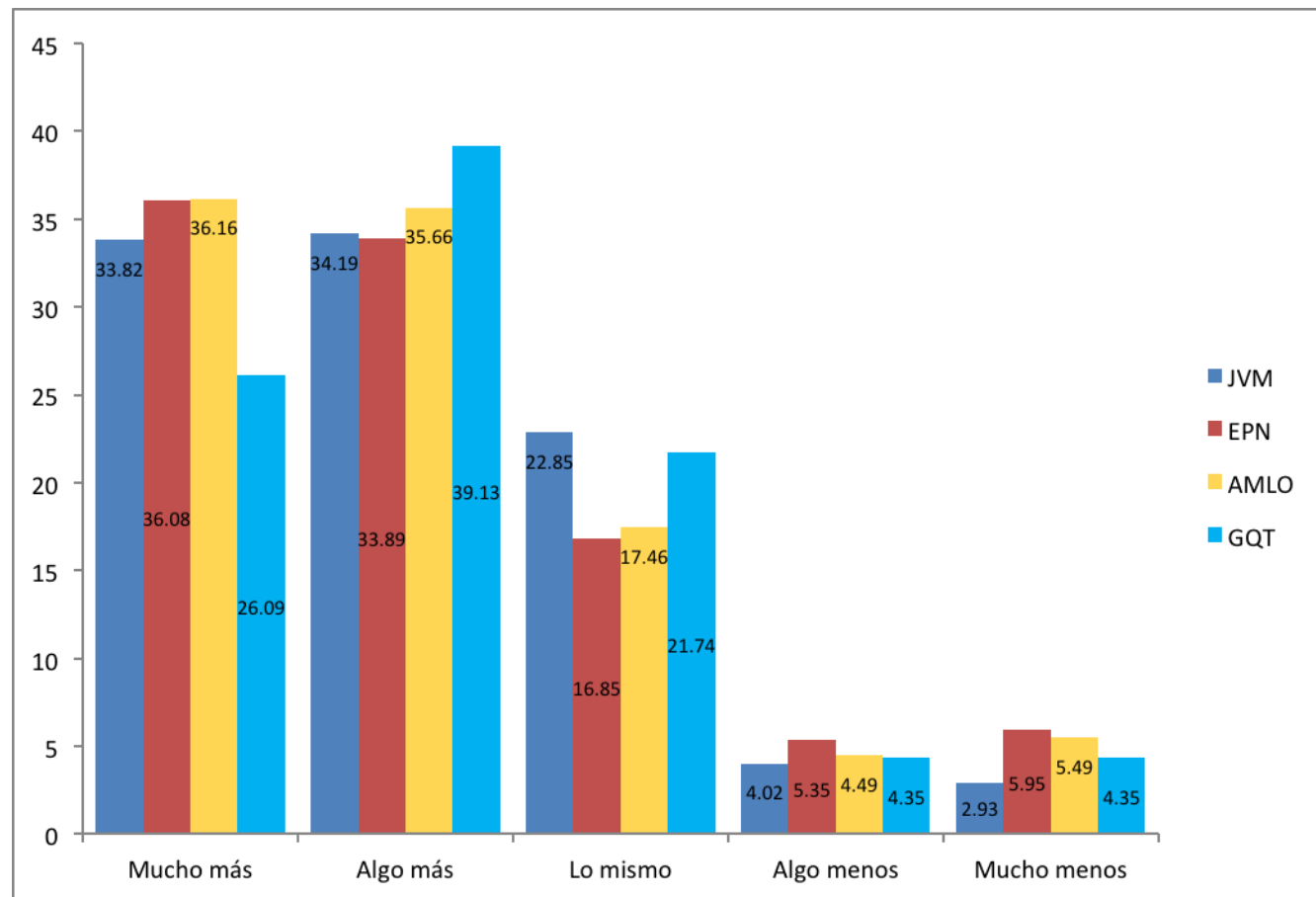


c) Gasto del gobierno en distintos rubros y preferencia electoral

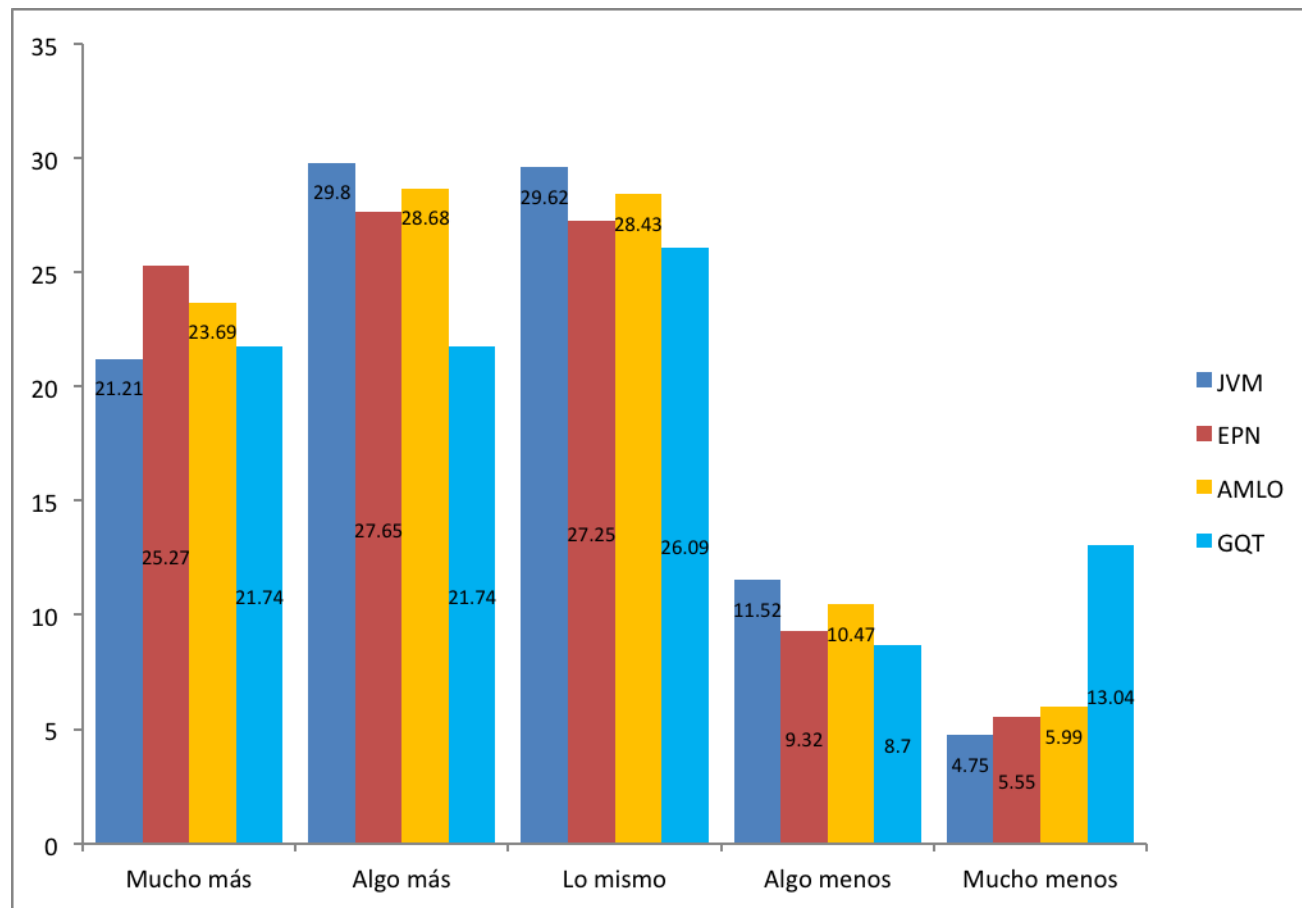
Gasto del gobierno en el sector salud respecto a la intención de voto



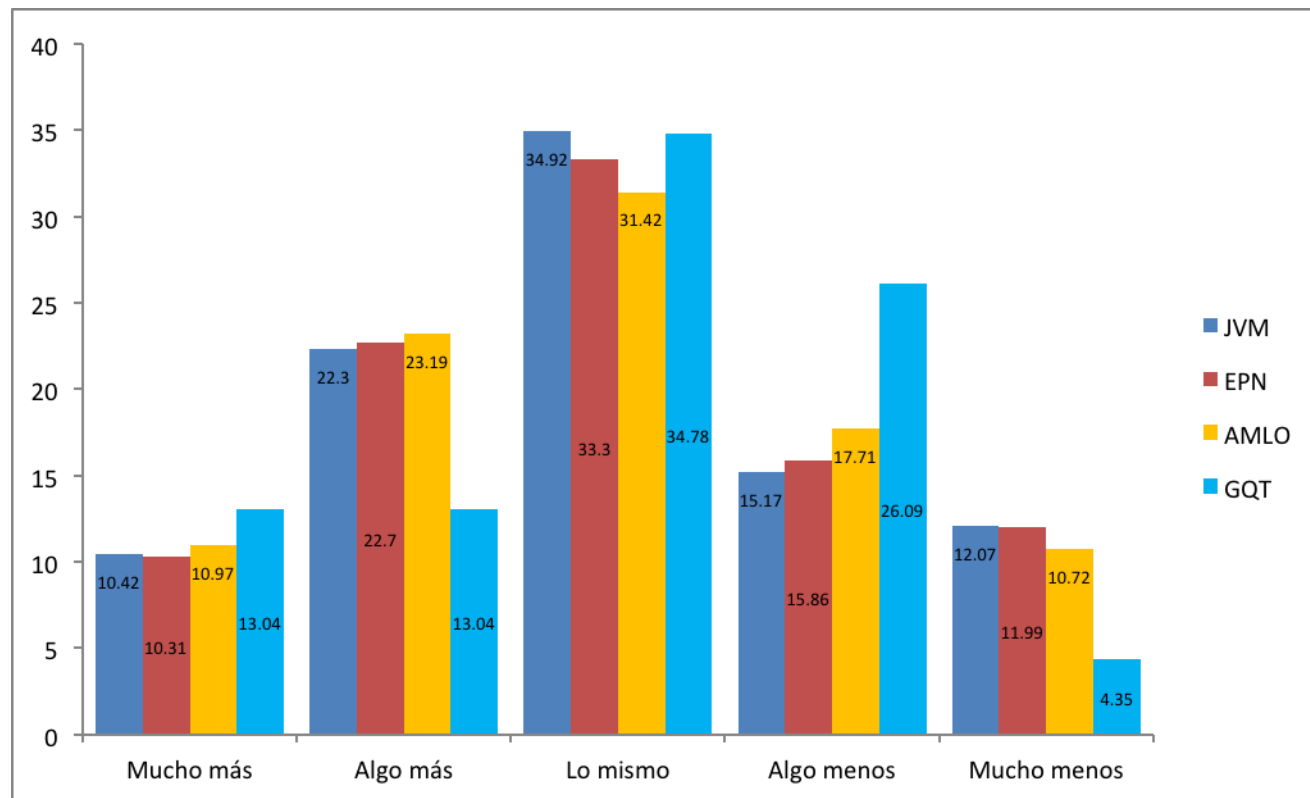
Gasto del gobierno en el sector educativo respecto a la intención de voto



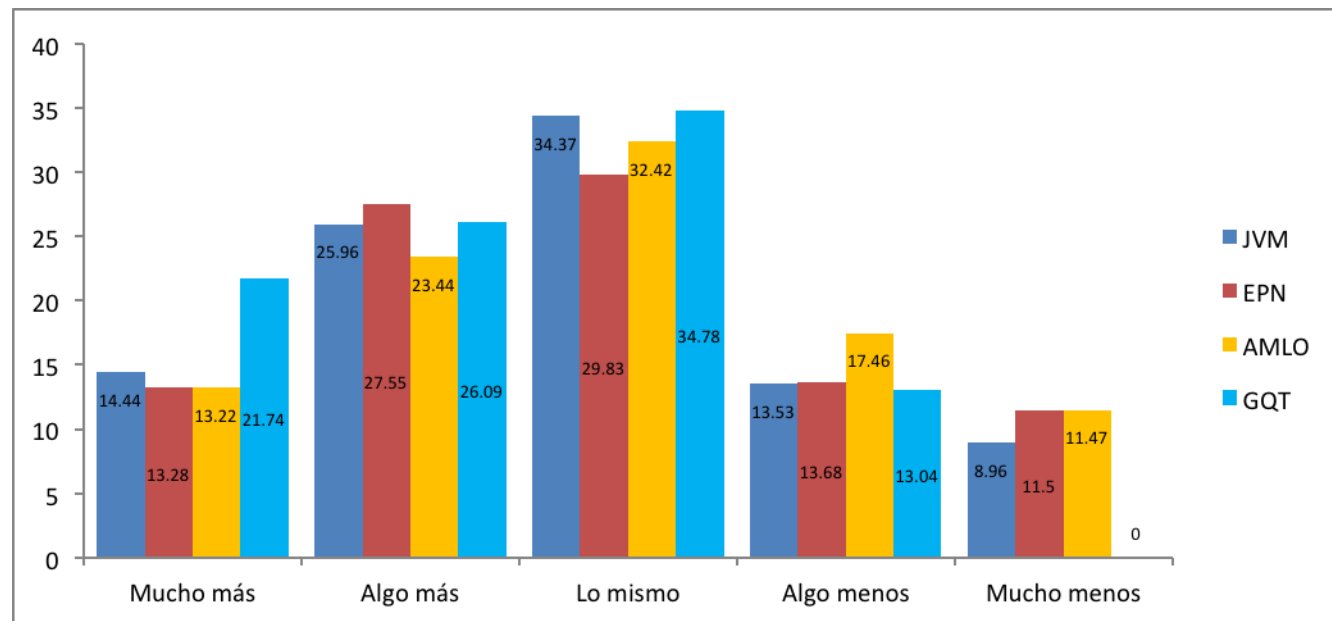
Gasto del gobierno para mitigar el desempleo respecto a la intención de voto



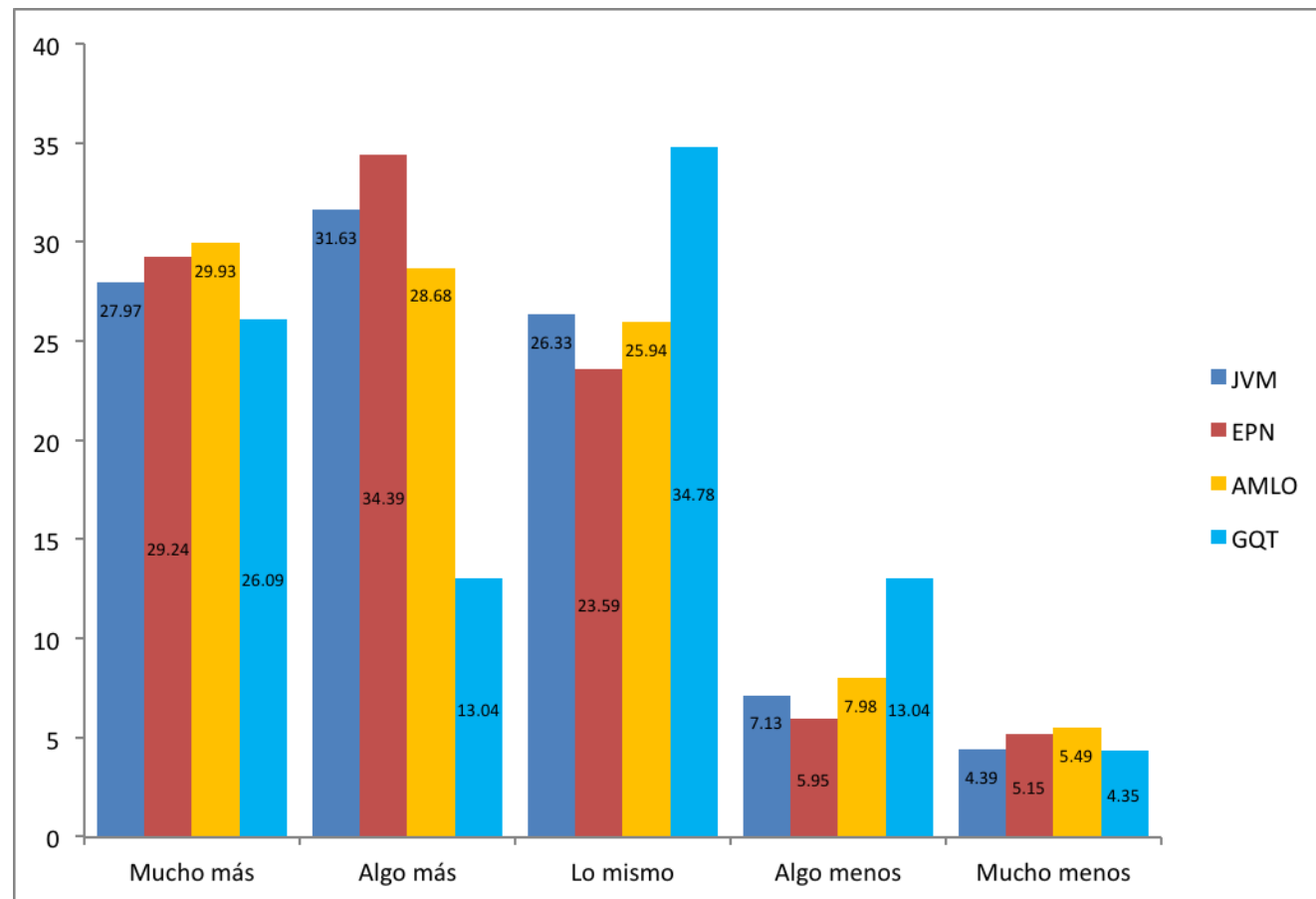
Gasto del gobierno en el Ejército y la Marina respecto a la intención de voto



Gasto del gobierno en la policía y la aplicación de la ley respecto a la intención de voto

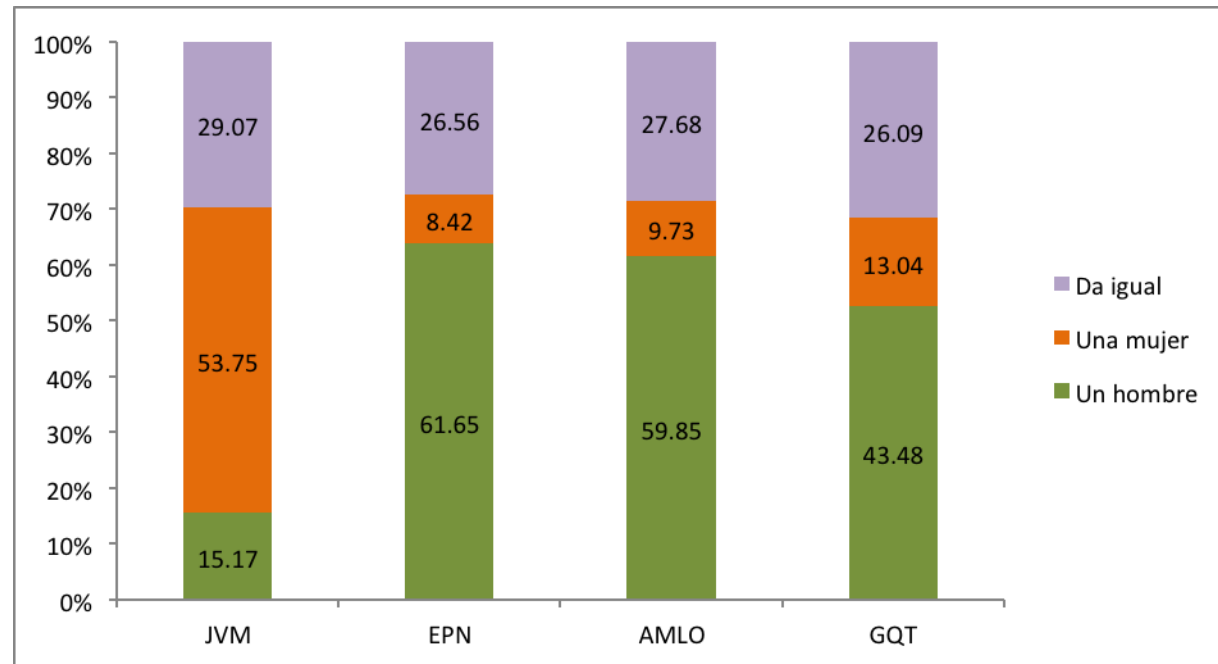


Gasto del gobierno en programas sociales (Oportunidades) respecto a la intención de voto



d) Preguntas de Género

Preferencia electoral respecto al género del o la presidente según problemas del país



Preferencia electoral por país listo para ser gobernado por una mujer

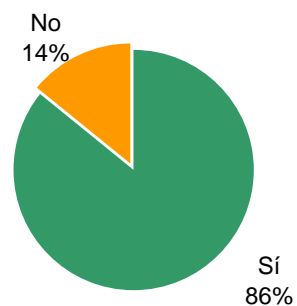


XIII. ANEXO GRÁFICO DEL ESTUDIO POSELECTORAL

1 *Módulo de preferencias electorales*

1.1 Participación

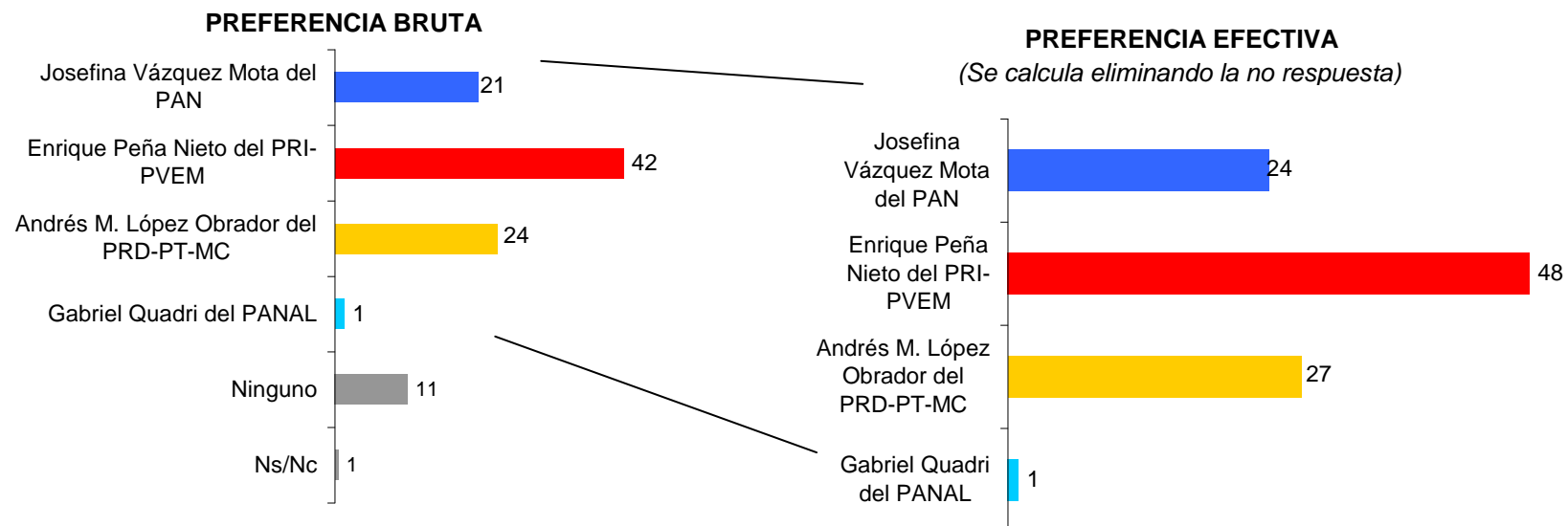
En las elecciones presidenciales que acaban de pasar, muchas personas no pudieron votar porque tuvieron que trabajar, viajar o por alguna otra razón, ¿usted votó en las pasadas elecciones del 1º de julio de 2012 para presidente de la República?



I

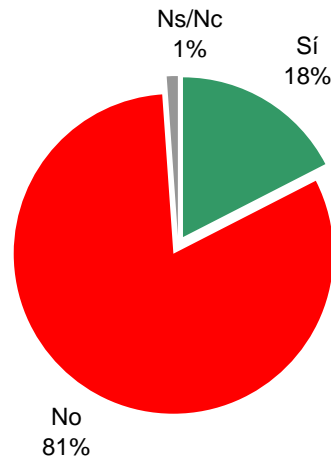
1.2 Voto en las elecciones para Presidente de la República

El pasado 1° de julio de 2012 fueron las elecciones para Presidente de la República,
¿Por cuál candidato o partido votó usted?
Del 86% que dijo si haber votado en la elección presidencial

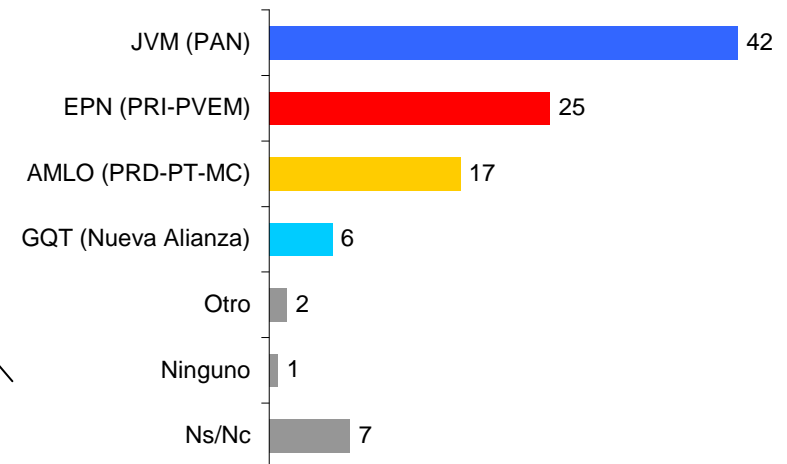


1.3 Cambio en la preferencia electoral

Al inicio de esta campaña presidencial, ¿pensó usted en votar por un candidato distinto a aquel por el cual VOTÓ?

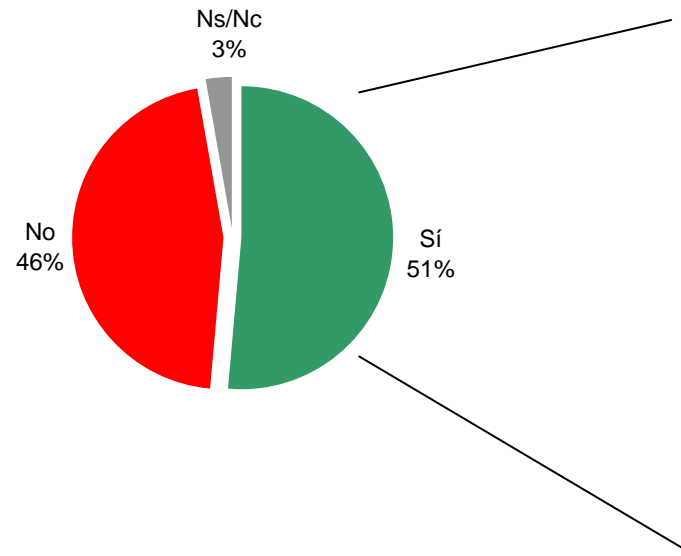


¿Por quién (o quiénes)?
Del 18% que mencionó votar por un candidato distinto (primera mención)

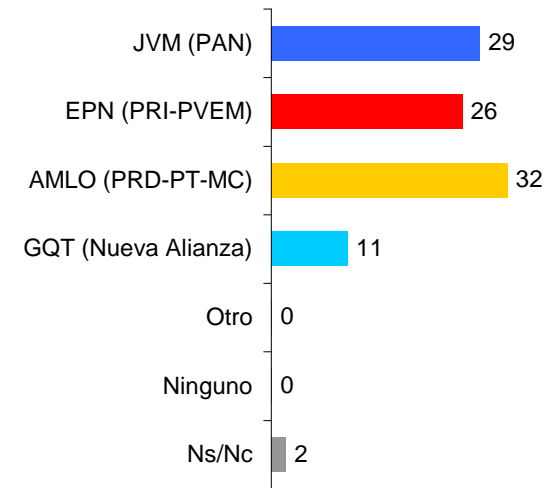


1.4 Candidatos por los que nunca hubiera votado

Y, ¿hubo algún o algunos candidatos por los que usted NUNCA hubiera votado?

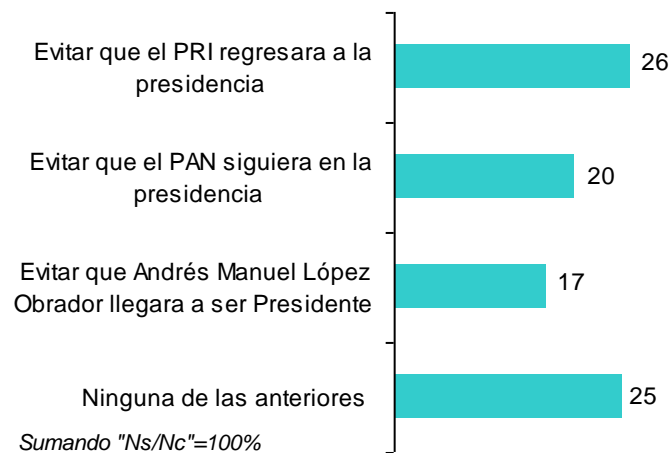


¿Por quién (o quiénes)?
Del 51% que mencionó que nunca hubiera votado por ese candidato (primera mención)



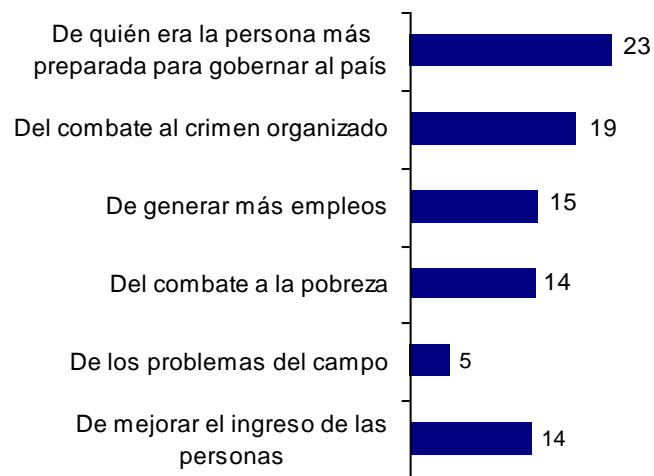
1.5 Voto estratégico

Muchas personas consideran que el voto también sirve para evitar que ocurra un resultado que no les gusta. Para usted, pensando en las elecciones presidenciales pasadas, ¿qué fue lo que principalmente se debía evitar que pasara con su voto?



1.6 De qué se trató la elección principalmente

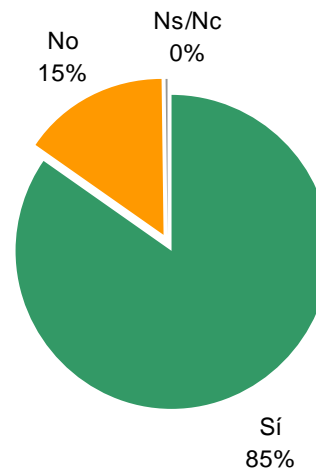
Pensando en la elección para presidente que acaba de pasar, en su opinión, ¿de qué trató la elección principalmente?



Sumando "Ns/Nc"=100%

1.7 Participación en las elecciones para diputados federales

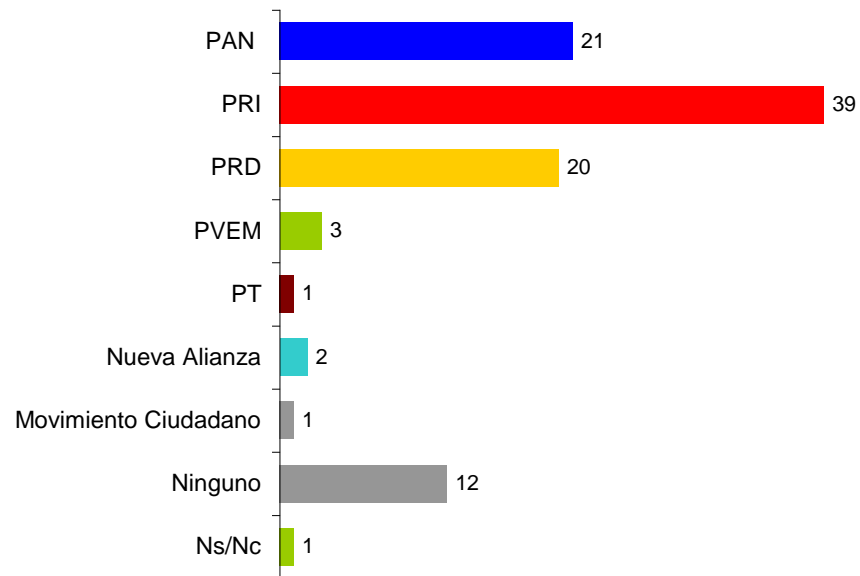
¿Pudo usted votar en la elección para diputados federales del pasado 1° de julio de 2012?



1.8 Voto en las elecciones para diputados federales

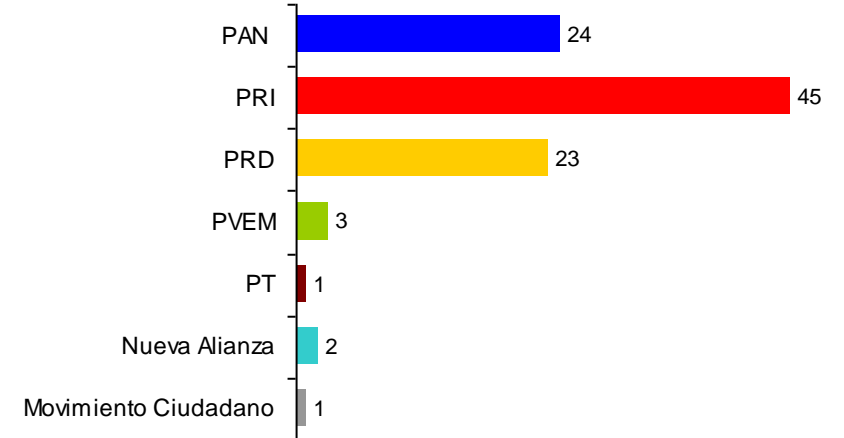
El pasado 1 de julio de 2012 fueron las elecciones para diputados federales,
¿Por cuál partido votó usted?
Del 85% que dijo si haber votado en la elección para diputados federales

PREFERENCIA BRUTA



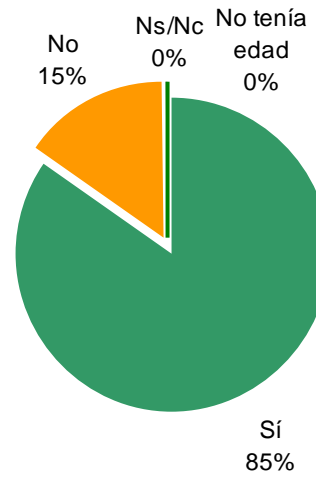
PREFERENCIA EFECTIVA

(se calcula eliminando la no respuesta)



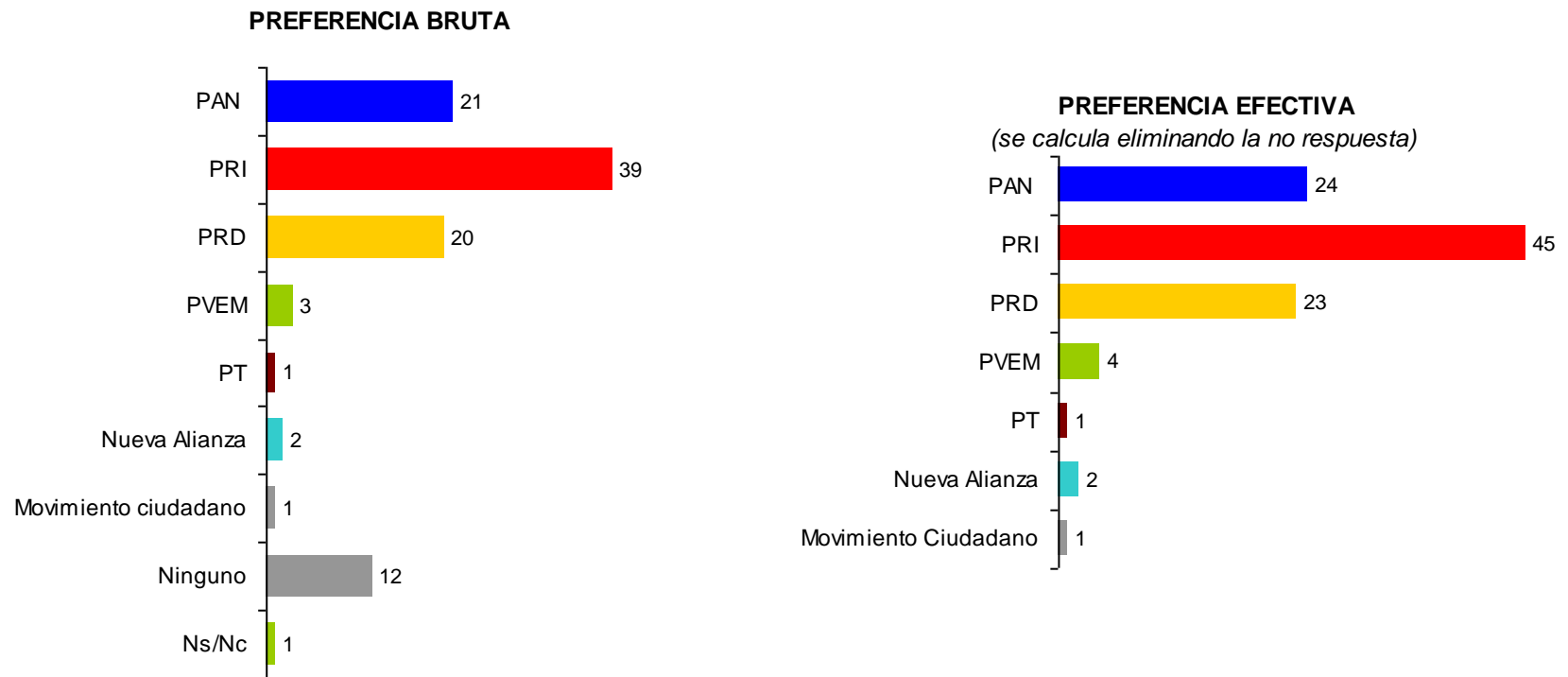
1.9 Participación en las elecciones para senadores

¿Pudo usted votar en la elección para senadores del pasado
1 de julio de 2012?

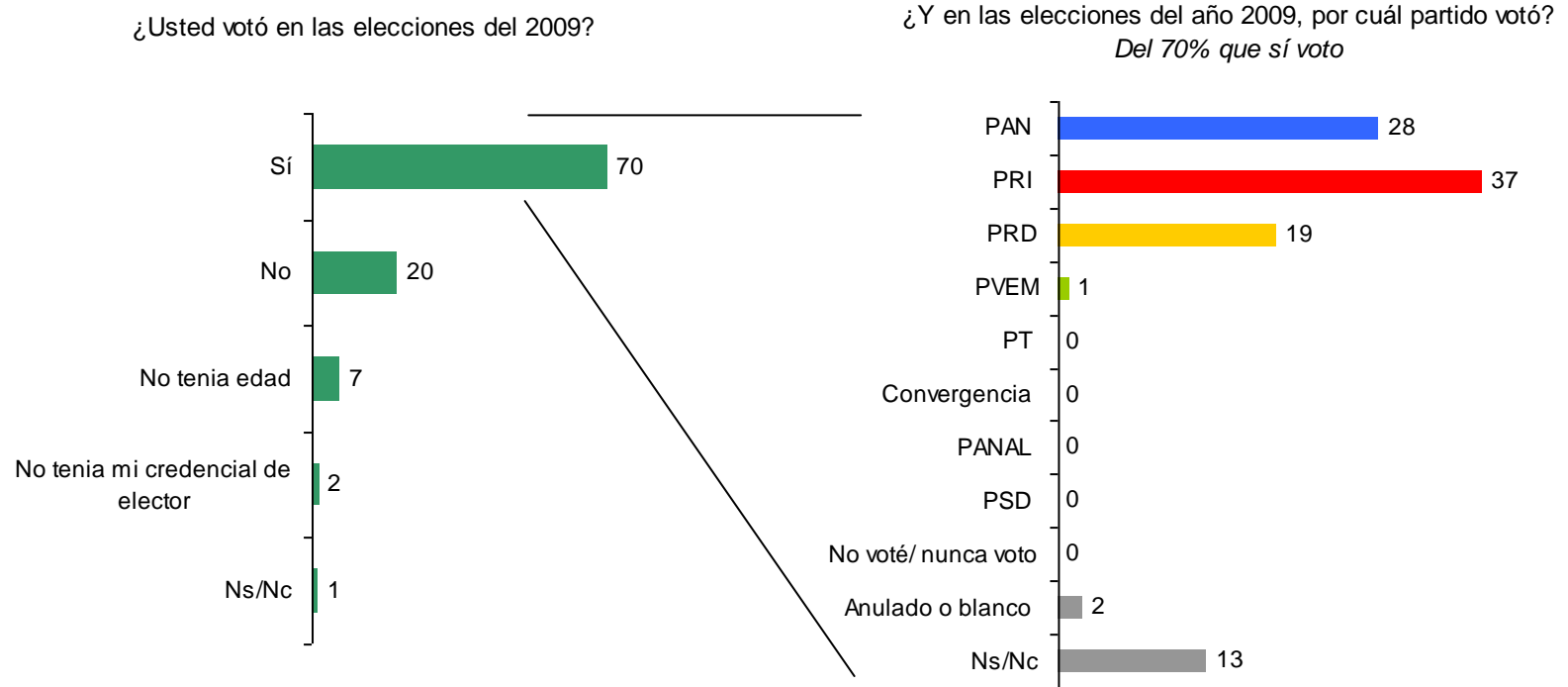


1.10 Voto en las elecciones para senadores

El pasado 1 de julio de 2012 fueron las elecciones para senadores,
¿Por cuál partido votó usted?
Del 85% que dijo si haber votado en la elección para senadores

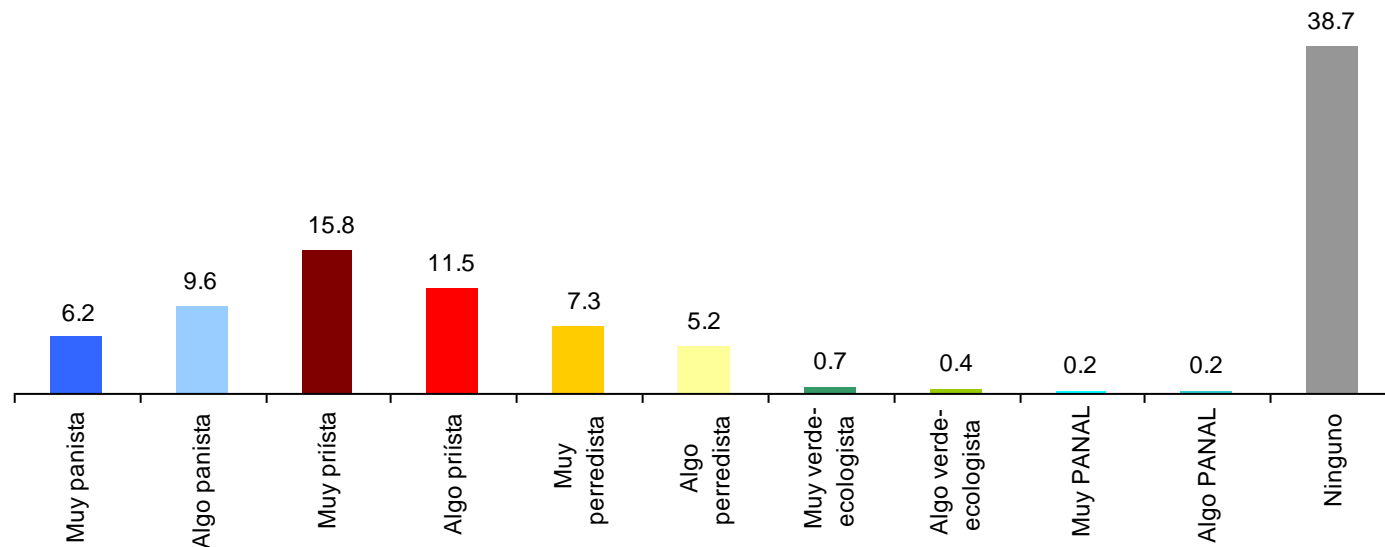


1.11 Voto y preferencia electoral en retrospectiva



1.12 Identidad partidista

Independientemente del partido por el que usted vota, ¿usted normalmente se considera panista, priísta, perredista, verde-ecologista o de otro partido?



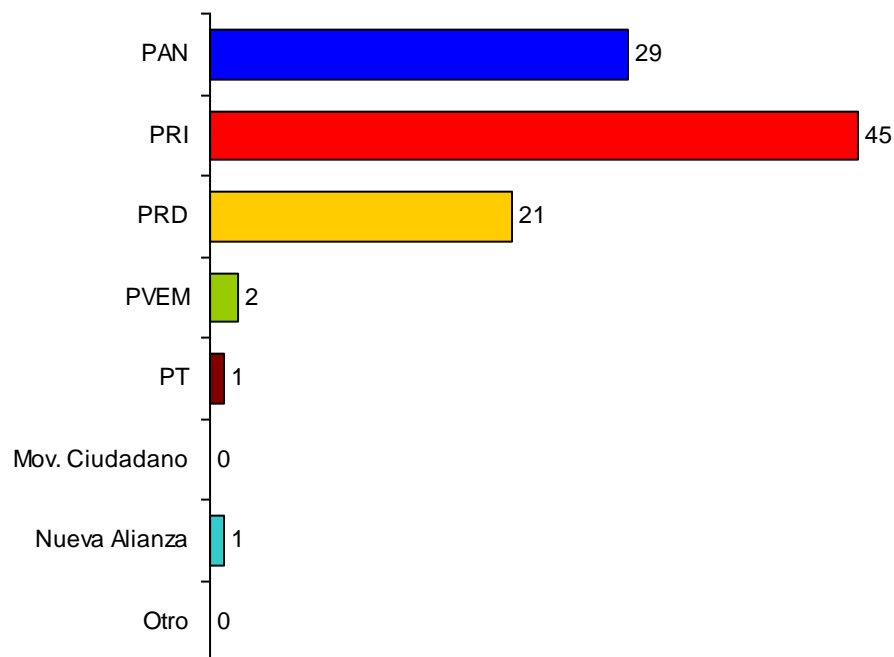
Sumando "Otro" y "Ns/Nc" = 100%

Independientemente de por cuál partido votó en la elección pasada, en general, ¿simpatiza usted con algún partido político en particular?



Sumando "Ns/Nc" = 100%

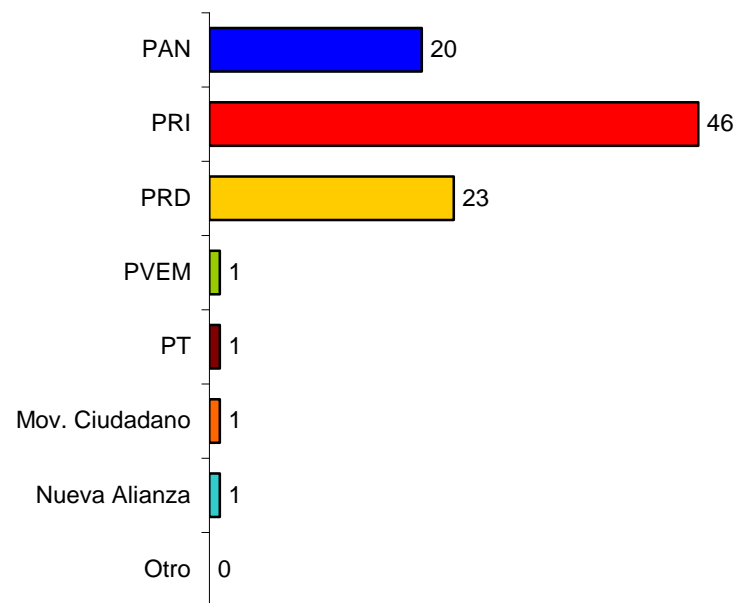
¿Con cuál partido?
Del 44% que respondió que sí simpatiza con algún partido



Sumando "Ns/Nc" = 100%

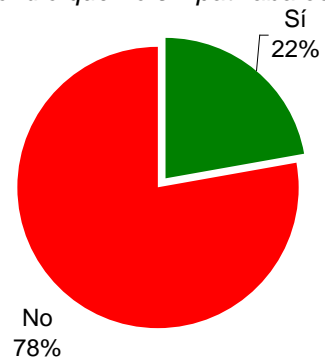
¿Con cuál de estos partidos que mencionó simpatiza usted un poco más?

Del 12.4% que mencionó dos o más partidos

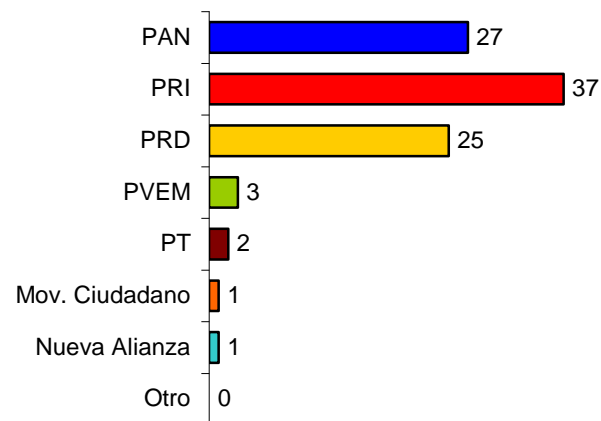


Sumando "Ns/Nc"= 100%

¿Siente usted un poco más de simpatía por algún partido político que por los otros?
Del 56% que respondió que no simpatizaba con ningún partido



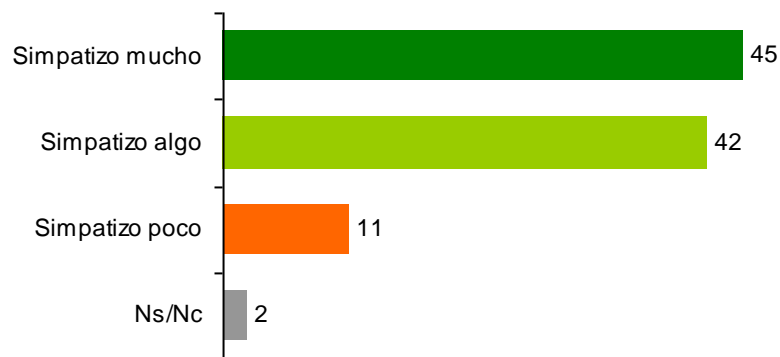
¿Por cuál partido?
Del 22% que aceptó sentir más simpatía por algún partido



Sumando "Ns/Nc" = 100%

Sumando "Ns/Nc" = 100%

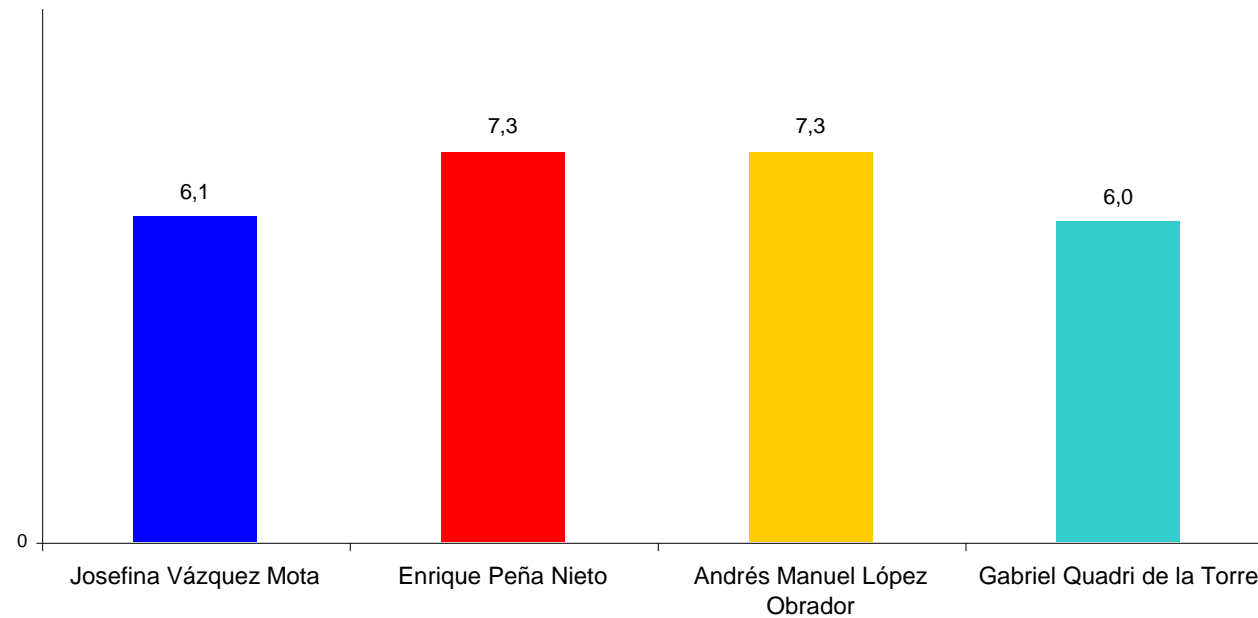
Simpatiza usted mucho con este partido algo o poco?
Del 22% que mencionó algún partido



1.13 Afinidad de candidatos presidenciales y de partidos políticos

Me gustaría saber lo que piensa acerca de cada uno de los candidatos presidenciales en México. Después de que le lea el nombre de un candidato presidencial, por favor califíquelo de acuerdo con la escala que aparece en esta tarjeta, en la que 0 significa que a usted NO LE GUSTA NADA y 10 significa LE GUSTA MUCHO. Si le menciono algún candidato presidencial del que usted no haya oído hablar o que no conozca suficiente, sólo dígalos, ¿Cómo calificaría a... usando la escala del 0 al 10?

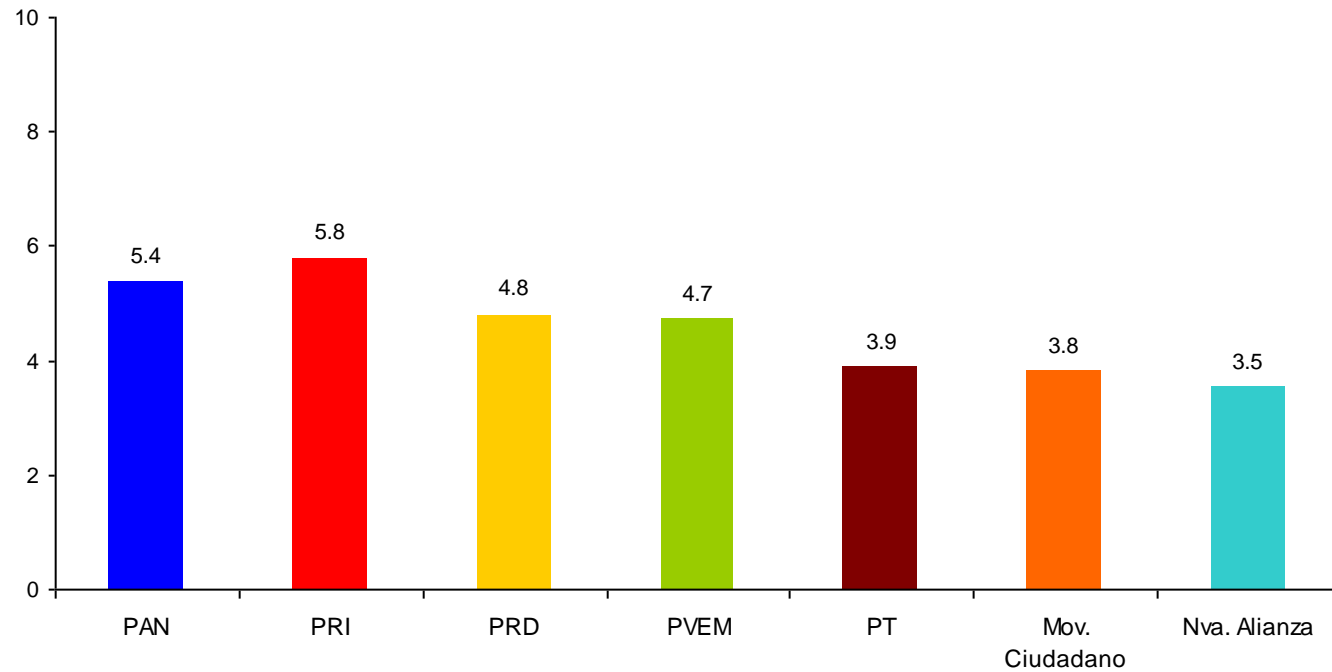
Promedio de la calificación



Se promedia omitiendo "nunca ha oído del candidato" y "Ns/Nc"

Me gustaría saber lo que piensa acerca de cada uno de los partidos políticos en México. Después de leerle el nombre de cada partido, por favor califíquelo de acuerdo con la escala que aparece en esta tarjeta, en la que 0 significa que a usted NO LE GUSTA NADA ese partido y 10 significa que LE GUSTA MUCHO ese partido. Si le menciono algún partido del que usted no haya oído hablar o que no conozca lo suficiente, sólo dígalos. ¿Cómo calificaría al... usando la escala del 0 al 10?

Promedio de la calificación

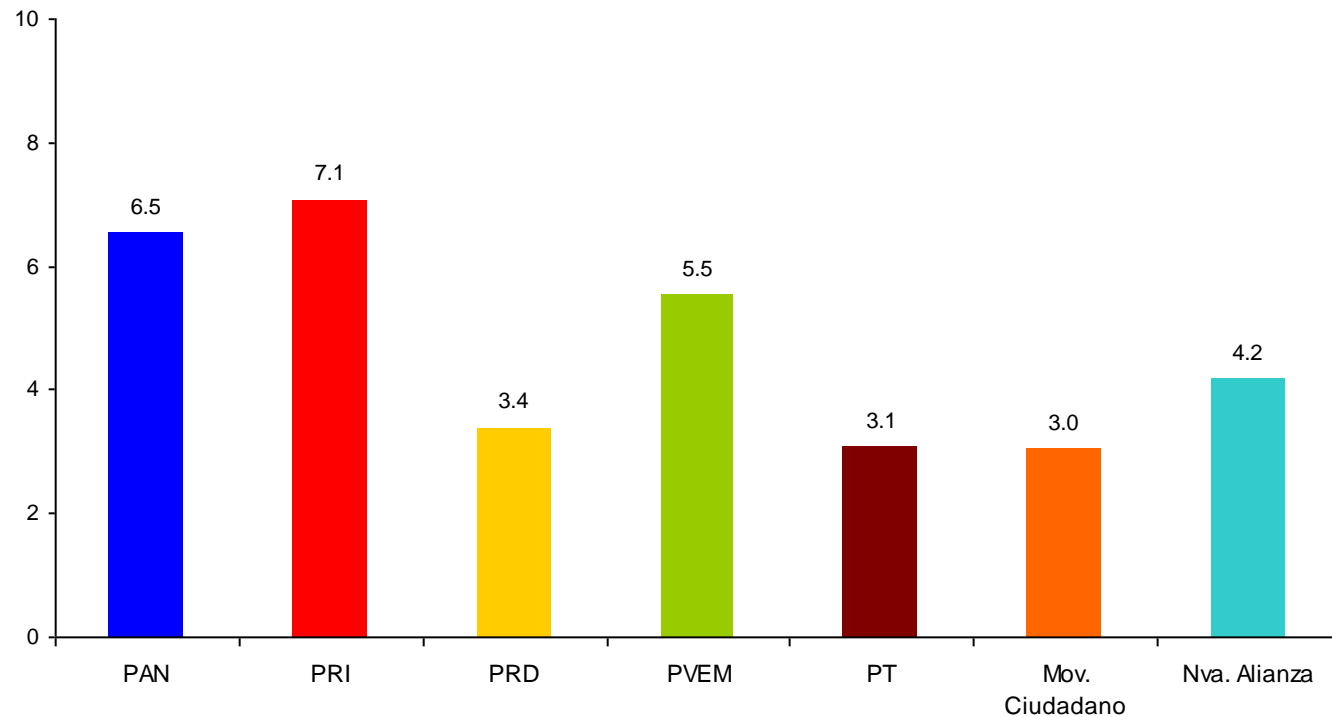


2 *Módulo de ubicación de los partidos políticos, candidatos presidenciales y personal en el espectro político*

2.1 Ubicación de los partidos políticos: Izquierda y derecha

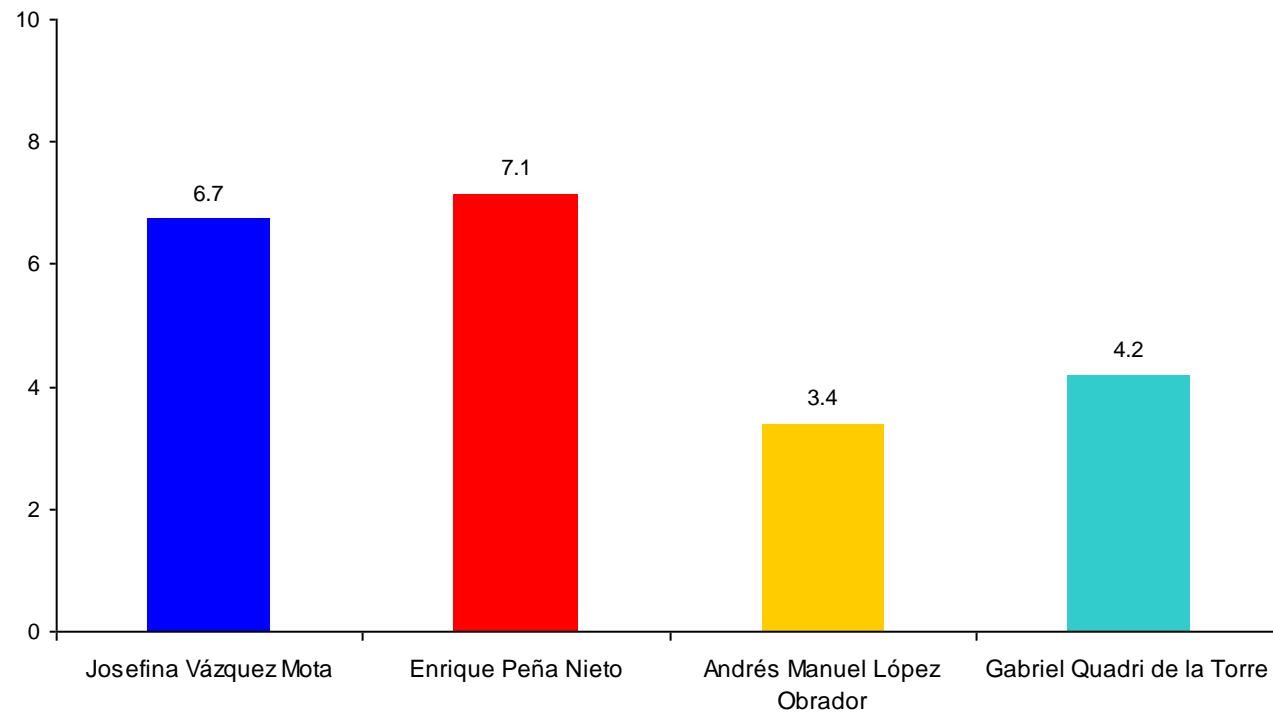
En política la gente habla a menudo de "izquierda" y "derecha". Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde 0 significa IZQUIERDA y 10 DERECHA, ¿dónde ubicaría usted al...?

Promedio de la calificación



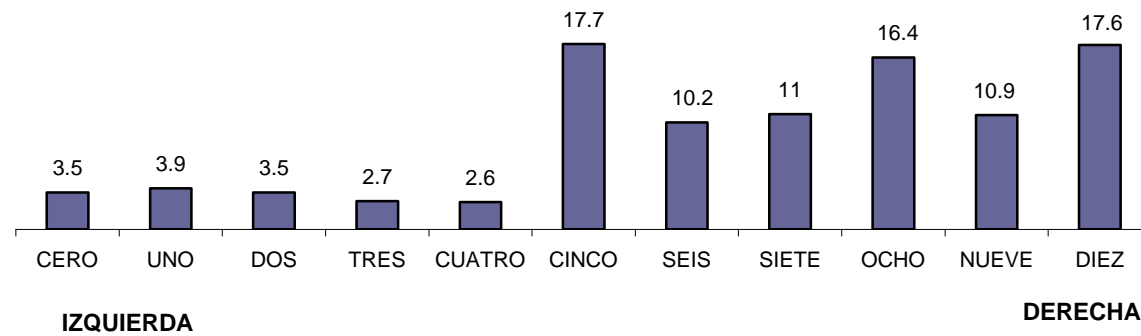
2.2 Ubicación de los candidatos presidenciales: Izquierda y derecha

Y usando la misma escala, ¿en dónde ubicaría usted a...?
Promedio de la calificación



2.3 Ubicación personal: Izquierda y derecha

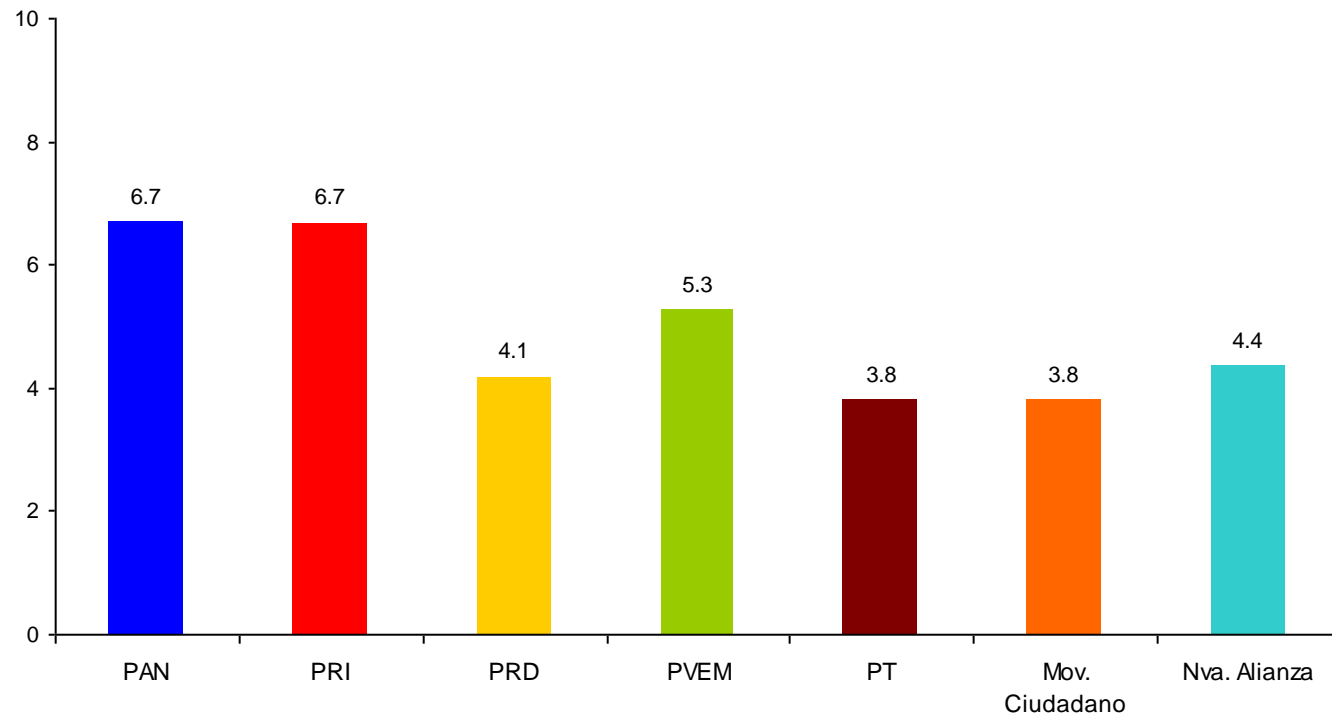
Y usando la escala que aparece en la misma tarjeta, donde 0 significa IZQUIERDA y 10 DERECHA, ¿dónde se ubicaría **usted**? (Sin "No sabe" y "No contestó").



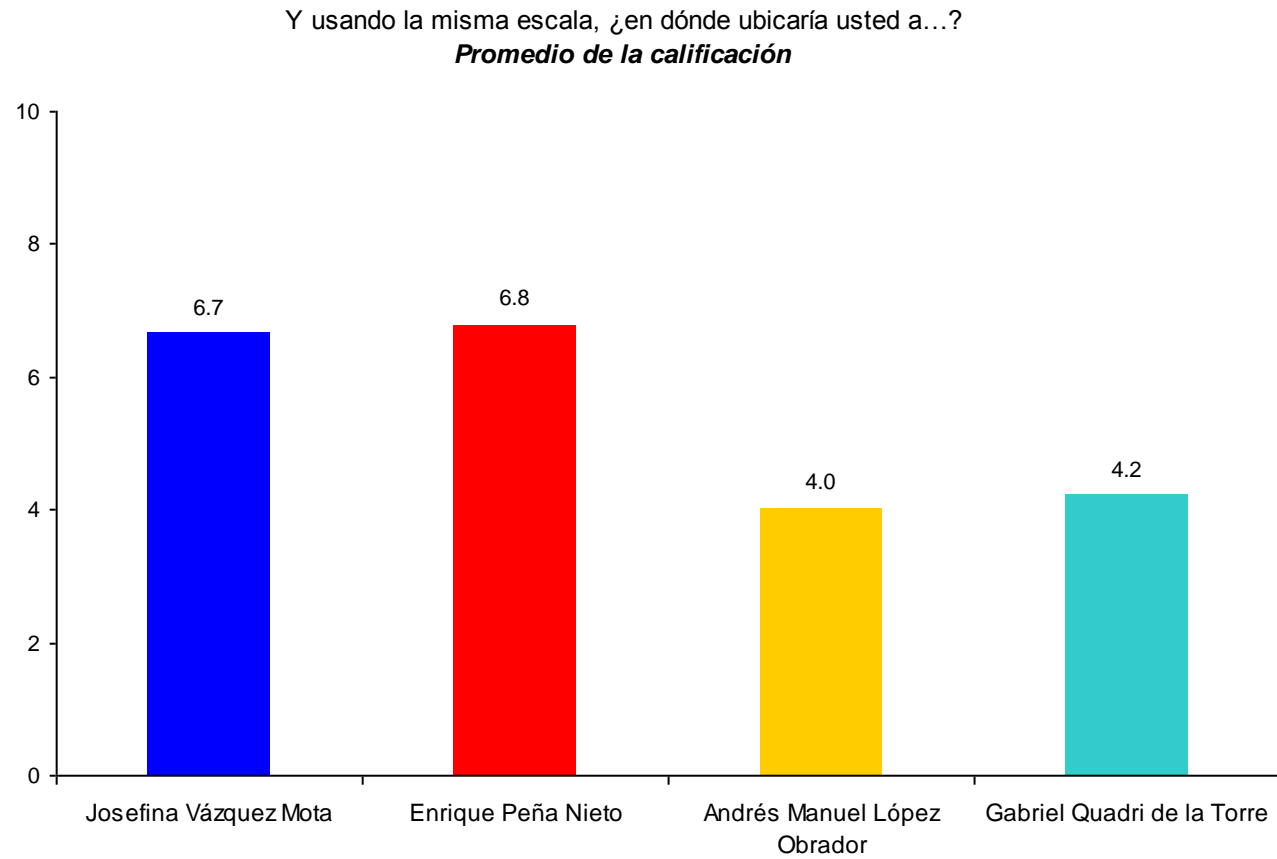
2.4 Ubicación de los partidos políticos: Liberal y conservador

La gente también habla en política de liberales y conservadores. Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde 0 significa liberal y 10 conservador, ¿dónde ubicaría usted al...?

Promedio de la calificación

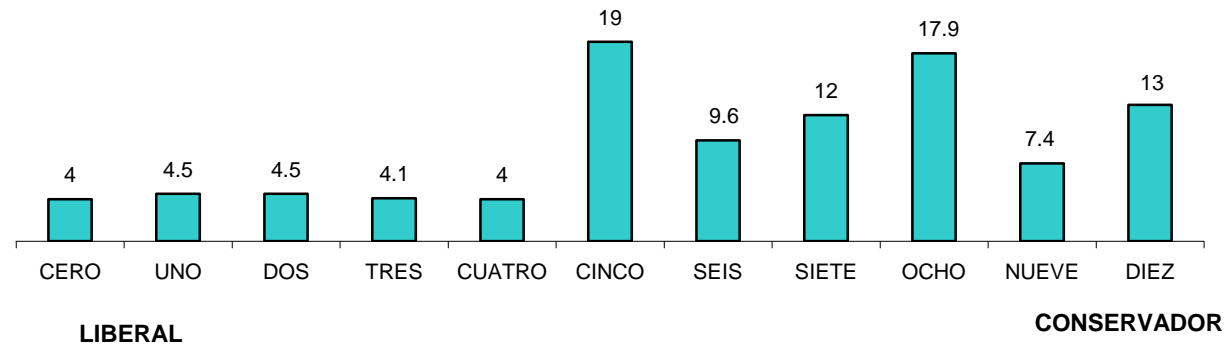


2.5 Ubicación de los candidatos presidenciales: Liberal y conservador



2.6 Ubicación personal: Liberal y conservador

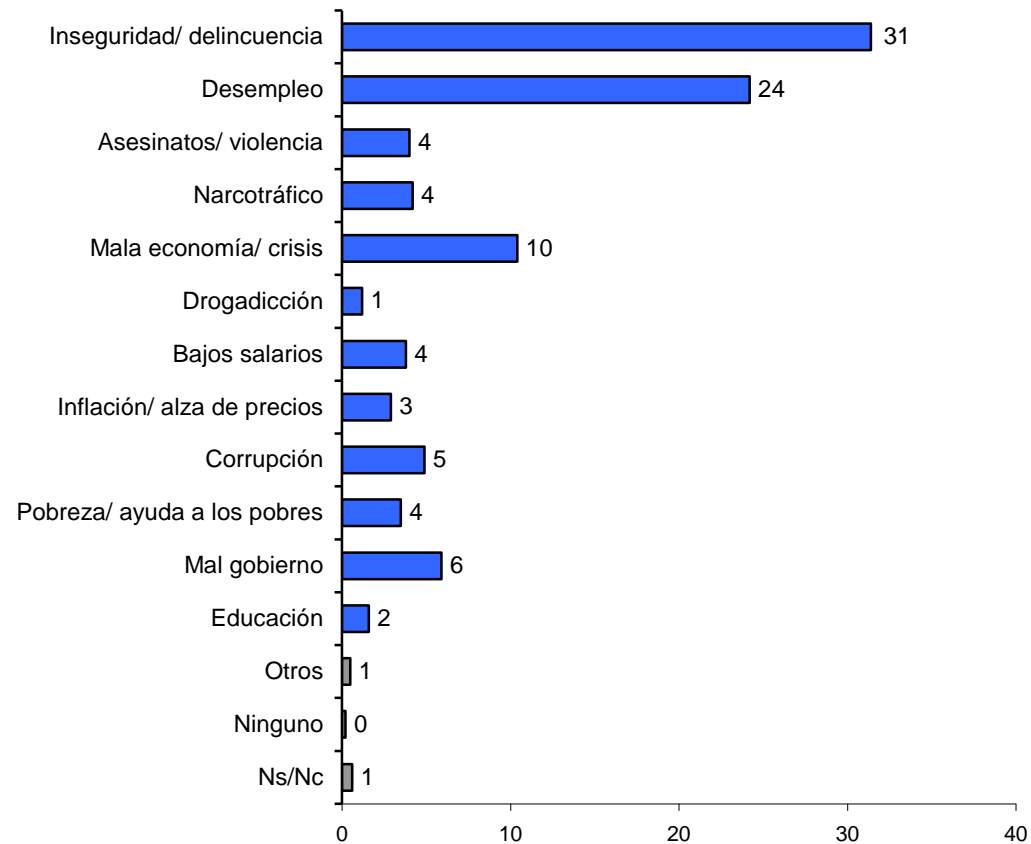
Y usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde 0 significa liberal y 10 conservador, ¿dónde se ubicaría usted? (Sin "No sabe" y "No contestó")



3 *Principal problema del país, situación actual del país, visión retrospectiva del estado de la economía nacional, mejora en la calidad de vida, diferencia en niveles de ingreso.*

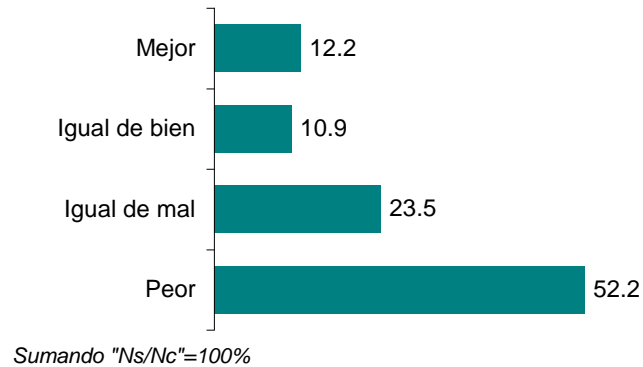
3.1 Principal problema del país

¿Cuál considera usted que es el principal problema del país?



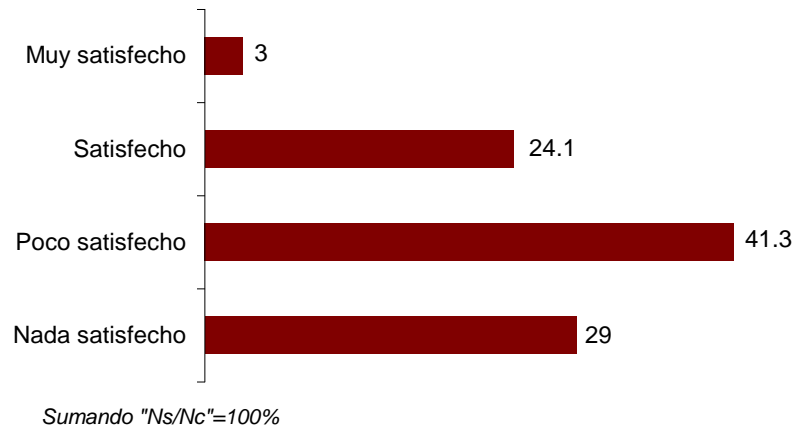
3.2 Situación actual del país

Comparada con la situación que tenía el país hace un año, ¿cómo diría usted que está la situación actual del país, mejor o peor?



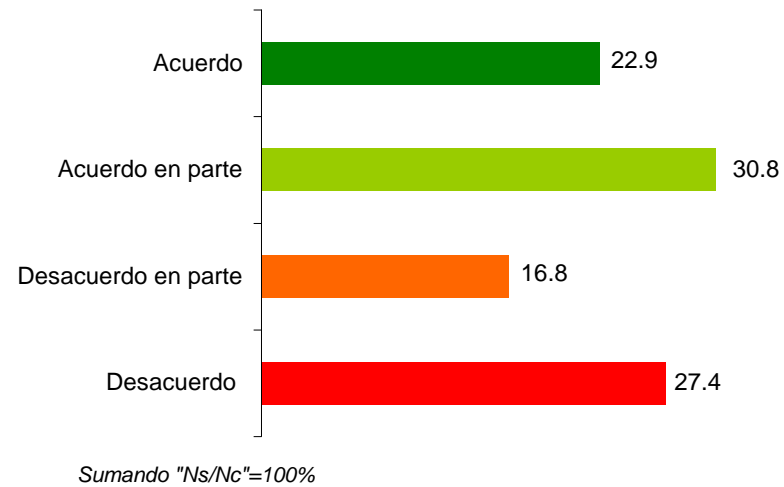
3.3 Satisfacción con la democracia en México

En general, ¿está usted muy satisfecho, satisfecho, poco satisfecho o nada satisfecho con la forma como funciona la democracia en México?



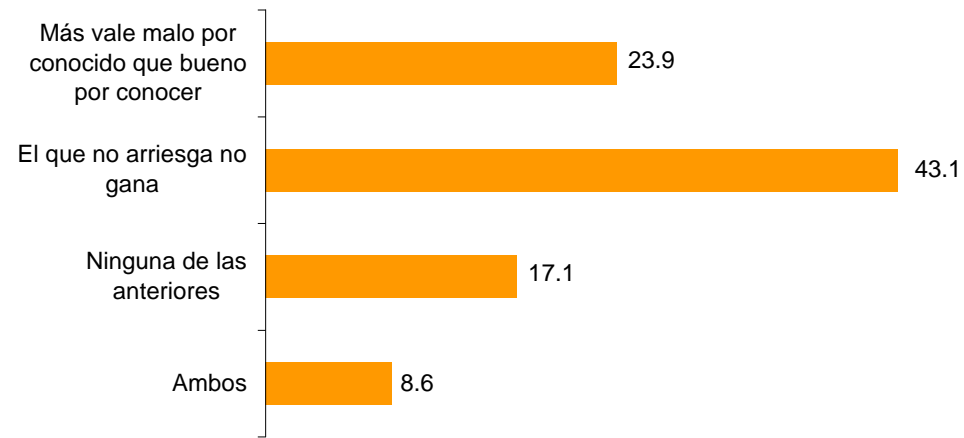
3.4 Acuerdo con el Presidente

En general, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera como está gobernando el presidente Felipe Calderón?



3.5 Postura ante el riesgo

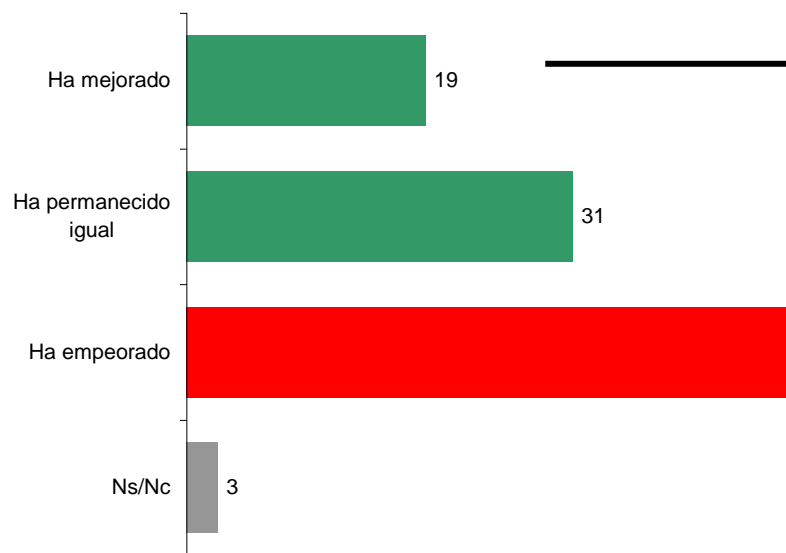
Por favor, dígame ¿con cuál de los siguientes dichos se identifica usted más?



Sumando "Ns/Nc"=100%

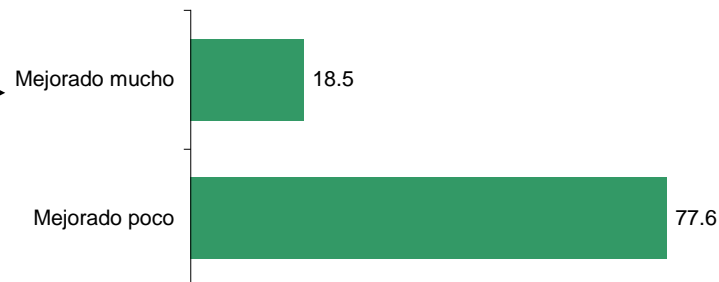
3.6 Visión retrospectiva del estado de la economía nacional

¿Diría usted que durante los últimos doce meses la situación económica de México ha mejorado, ha permanecido igual o ha empeorado?



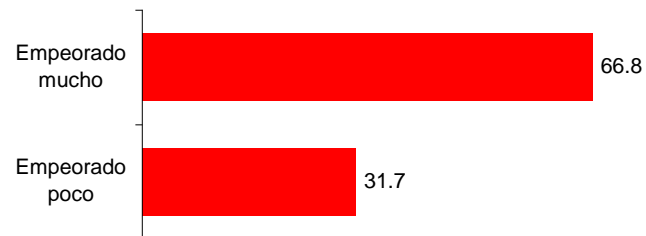
Sumando "Ns/Nc"=100%

¿Diría usted que ha mejorado mucho o poco?
Del 19% que contestó que ha mejorado



Sumando "Ns/Nc"=100%

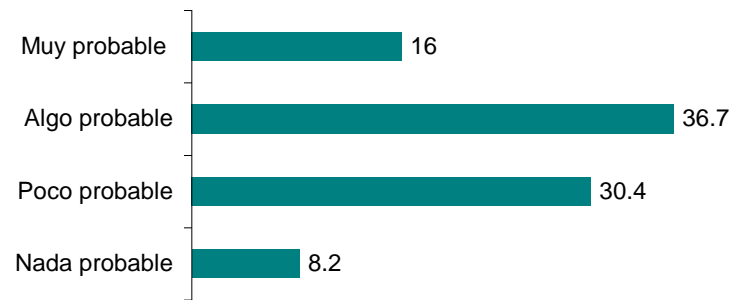
¿Diría usted que ha empeorado mucho o poco?
Del 48% que contestó que ha empeorado



Sumando "Ns/Nc"=100%

3.7 Mejora en la calidad de vida

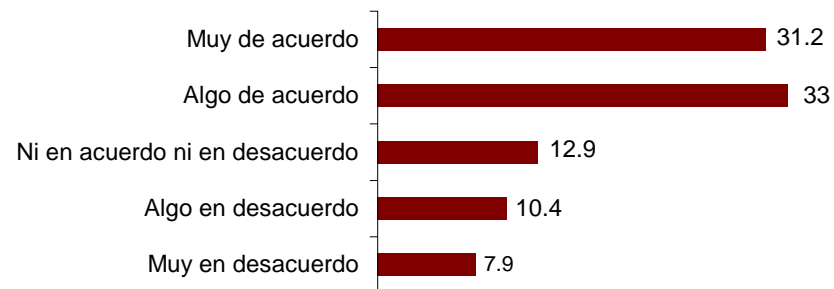
En los próximos diez años, ¿qué tan probable es que mejore su calidad de vida: muy probable, algo probable, poco probable, nada probable?



Sumando "Ns/Nc"=100%

3.8 Diferencias en el nivel de ingreso

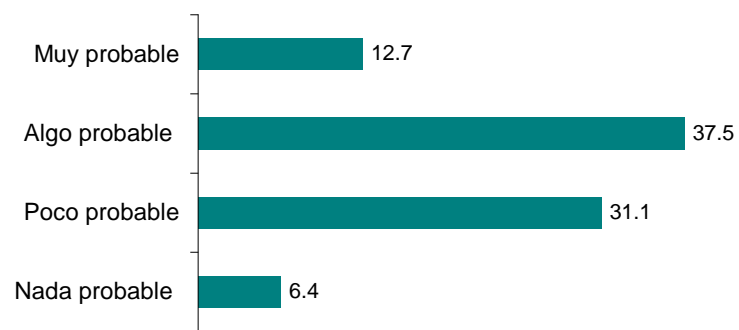
Dígame, por favor, hasta qué punto está usted de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: "El gobierno debería tomar medidas para reducir las diferencias en los niveles de ingreso de las personas". ¿Usted está muy de acuerdo, algo de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, algo en desacuerdo o muy en desacuerdo?



Sumando "Ns/Nc"=100%

3.9 Disminución del ingreso familiar mensual

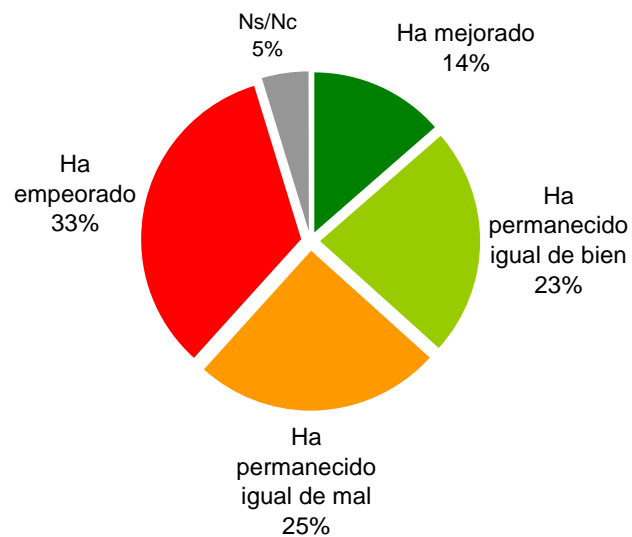
¿Qué tan probable cree usted EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES el ingreso de su hogar pueda disminuir severamente: muy probable, algo probable, poco probable o nada probable?



Sumando "Ns/Nc"=100%

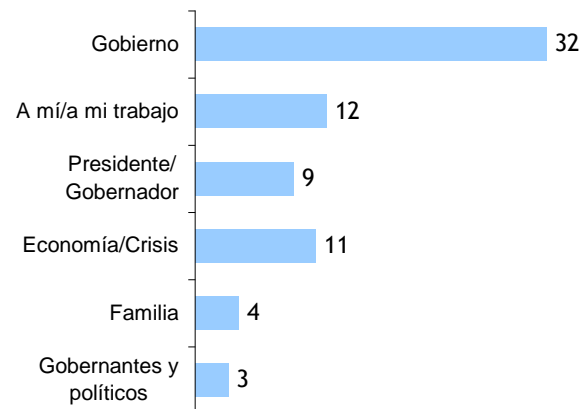
3.10 Percepción y responsable de la situación económica personal

Durante el último año ¿considera usted que su situación económica personal ha mejorado o ha empeorado?



Y, ¿quién considera usted que es el principal responsable de que su situación económica personal haya mejorado, permanecido igual de bien, permanecido igual de mal o empeorado?

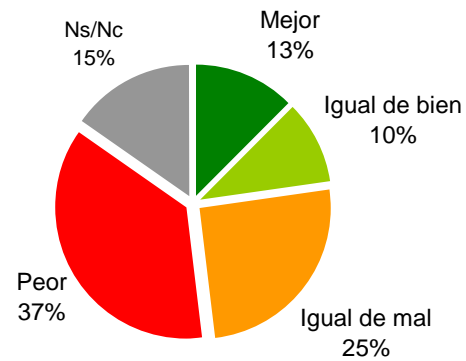
Del 95% que contestó ha mejorado, permanecido igual de bien, permanecido igual de mal o ha empeorado



Sumando "Otros", "Insuficiente" "Ns/Nc"=100%

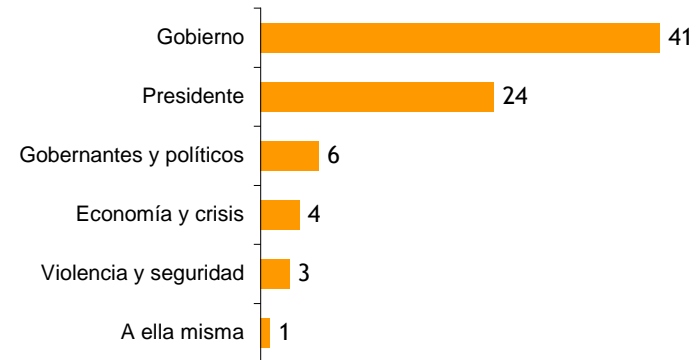
3.11 Percepción y responsable de la situación económica del país

Comparada con el último año del sexenio anterior, ¿cómo cree usted que está la situación general del país: mejor o peor?



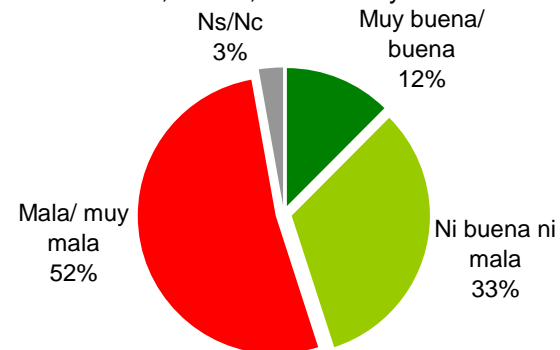
Y, ¿quién considera usted que es el principal responsable de que la situación general del país esté mejor, igual de mal o peor?

Del 85% que contestó mejor, igual de bien, igual de mal o peor



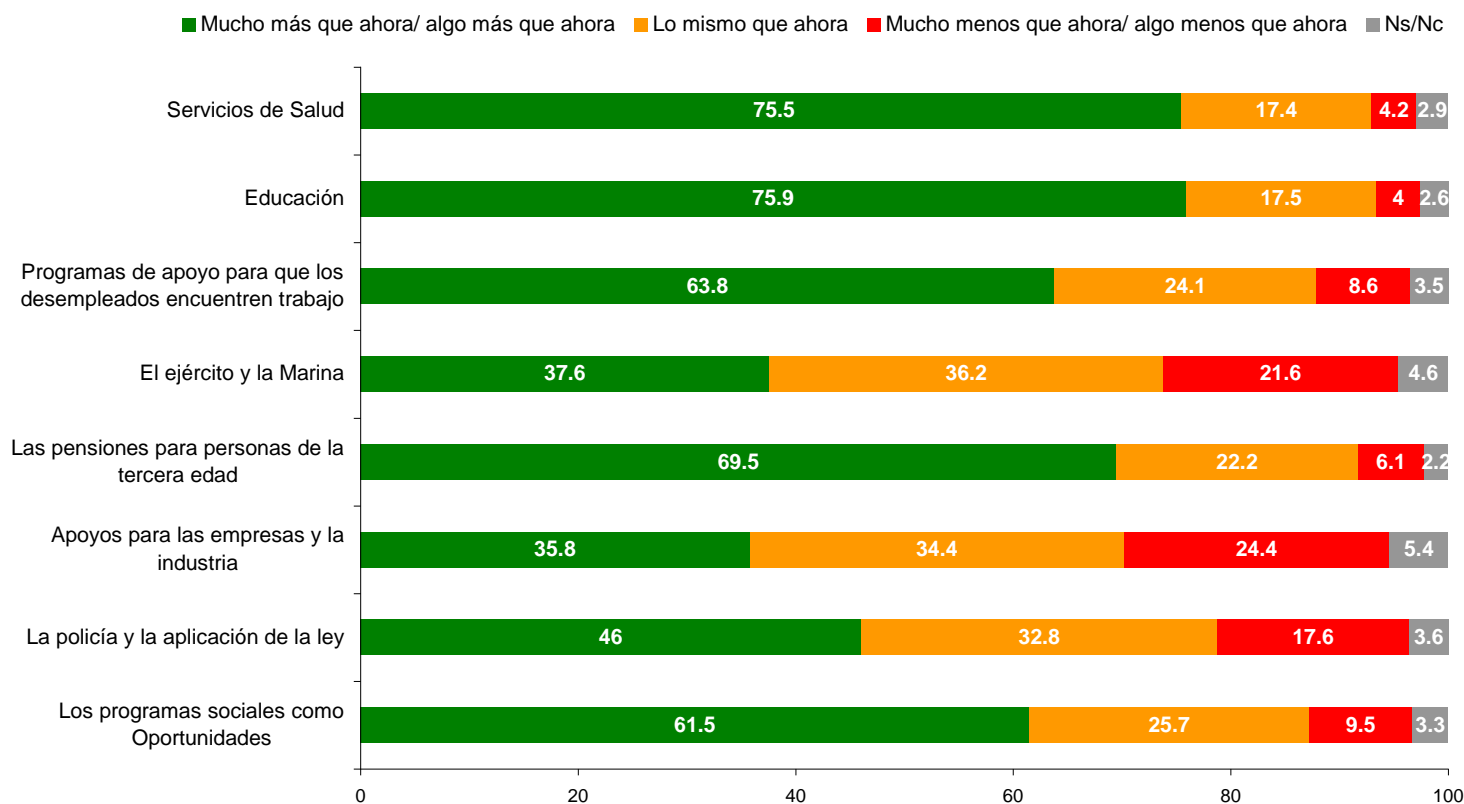
Sumando "Otros", "Insuficiente" y "Ns/Nc"=100%

¿Qué piensa usted acerca de la situación económica de México en estos días: diría usted que la situación económica es muy buena, buena, mala o muy mala?



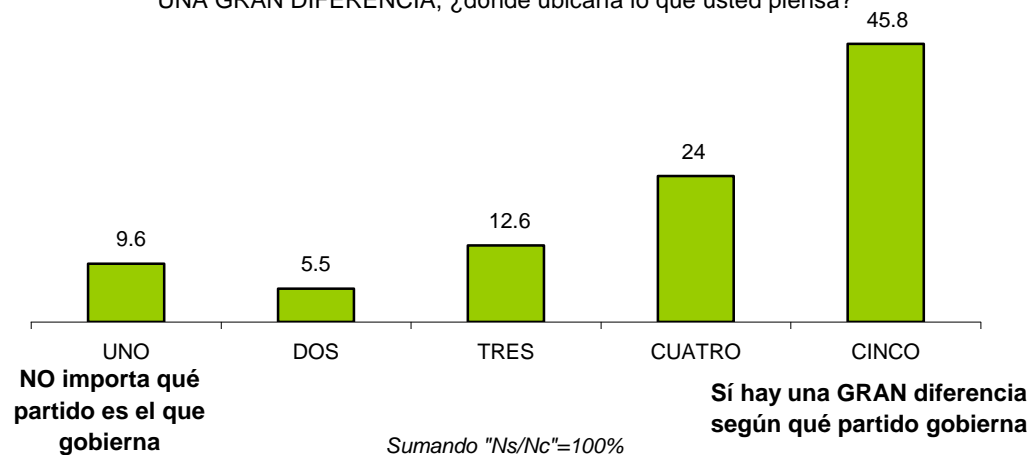
4 Módulo CSES: Gasto Público/Gasto del gobierno

Por favor dígame si usted considera que el gobierno debería gastar más en cada una de las siguientes áreas. Recuerde que si usted dice “gastar más”, el gobierno podría tener que subir los impuestos para que le alcance y si usted dice “gastar menos” el gobierno podría tener que reducir esos servicios.
¿Usted cree que el gobierno debería gastar mucho más que ahora, algo más que ahora, lo mismo que ahora, algo menos que ahora o mucho menos que ahora en...?

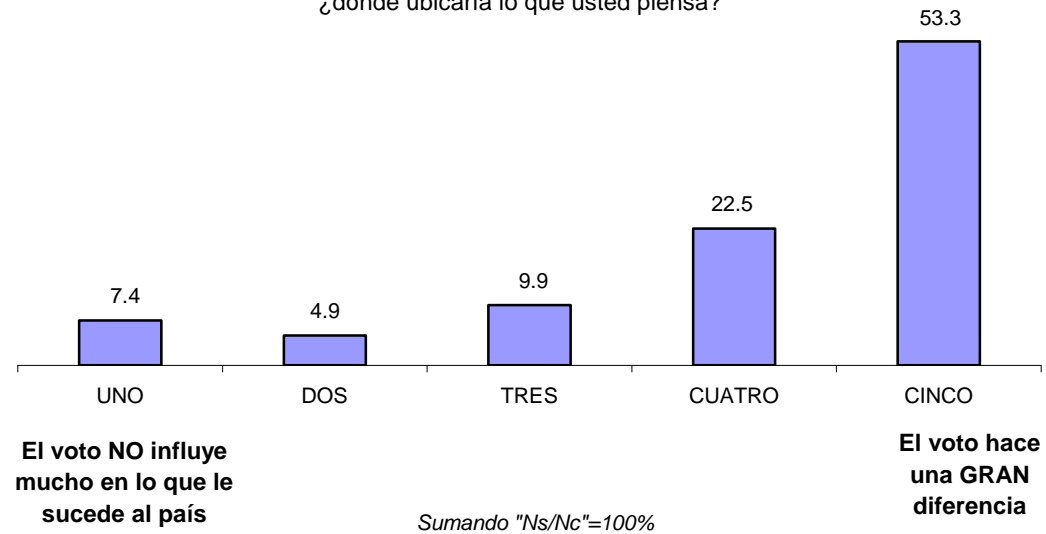


5 Eficacia Política

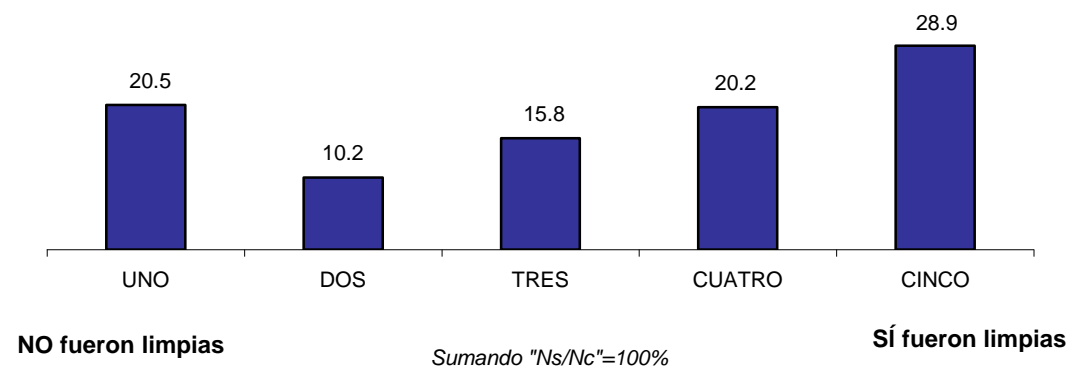
Algunas personas dicen que no importa cuál partido es el que gobierna. Otras personas dicen que realmente sí importa cuál partido es el que gobierna. Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde UNO significa que NO importa qué partido es el que gobierna y CINCO significa que SÍ HAY UNA GRAN DIFERENCIA, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?



Algunas personas piensan que, independientemente de por quién se vote, el voto no influye en lo que sucede en el país. Otras personas consideran al contrario que por quien se vote sí influye en lo que sucede en el país. Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde UNO significa que el voto NO influye mucho en lo que le sucede al país y CINCO que el voto hace una GRAN diferencia, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa?



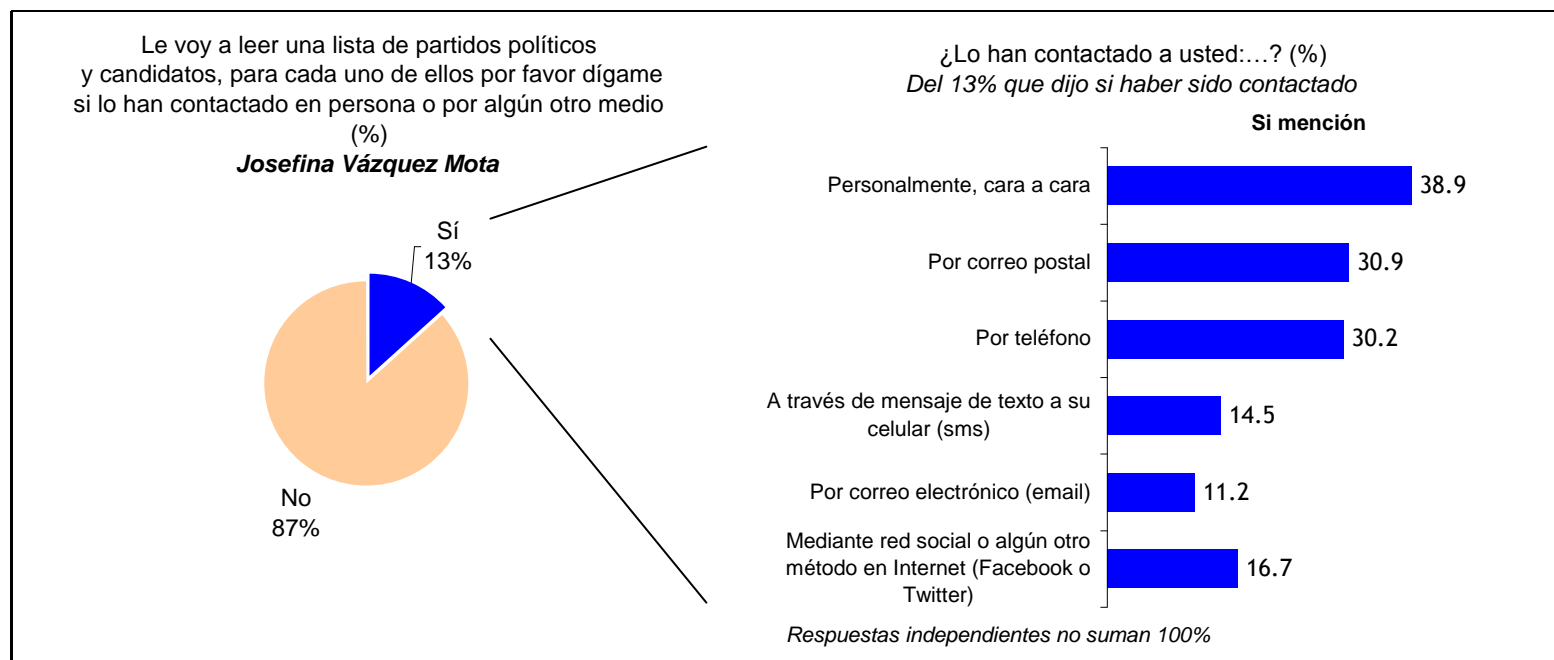
En algunos países, la gente piensa que sus elecciones son limpias. En otros países, la gente piensa que sus elecciones no son limpias. Usando la escala que aparece en la tarjeta 17, donde UNO significa que las elecciones NO fueron limpias y CINCO que las elecciones SÍ fueron limpias, ¿dónde ubicaría usted a las pasadas elecciones del 1º de julio de 2012?



6 Movilización

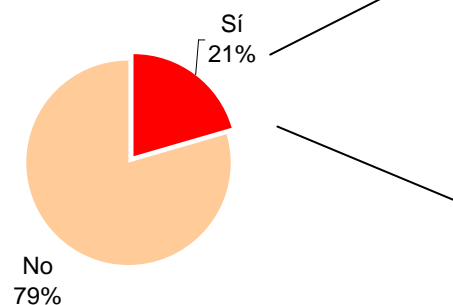
6.1 Contacto Institucional

Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio	
	Sí (%)
Josefina Vázquez Mota (PAN)	13.2
Enrique Peña Nieto (PRI-Partido Verde)	20.5
Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-Movimiento Ciudadano)	11.2
Gabriel Quadri de la Torre (Nueva Alianza)	3.8
Otro	1.3



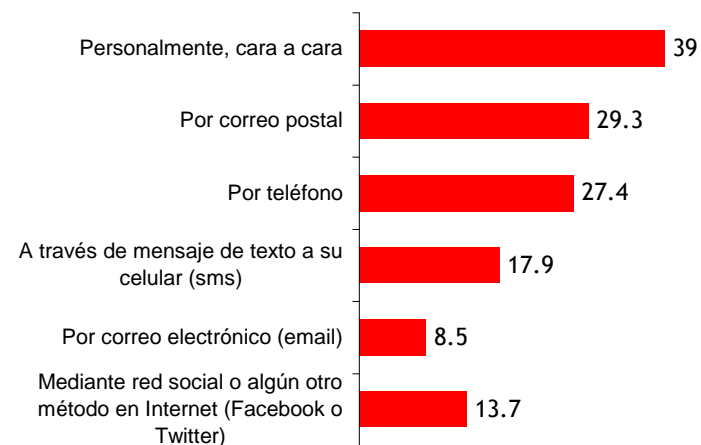
Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Enrique Peña Nieto



¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 21% que dijo si haber sido contactado

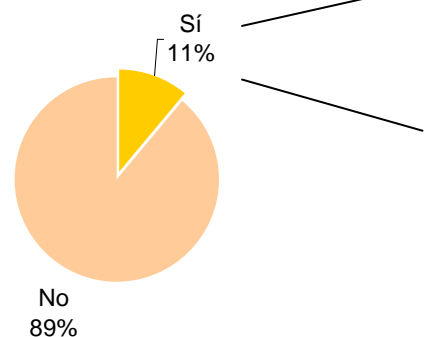
Si mención



Respuestas independientes no suman 100%

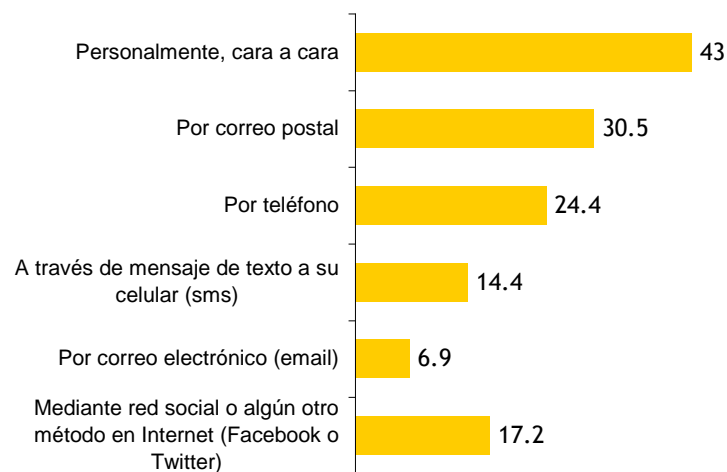
Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Andrés Manuel López Obrador



¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 11% que dijo si haber sido contactado

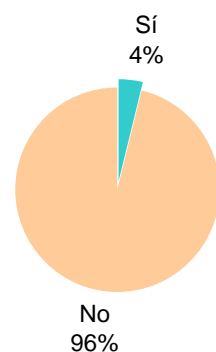
Si mención



Respuestas independientes no suman 100%

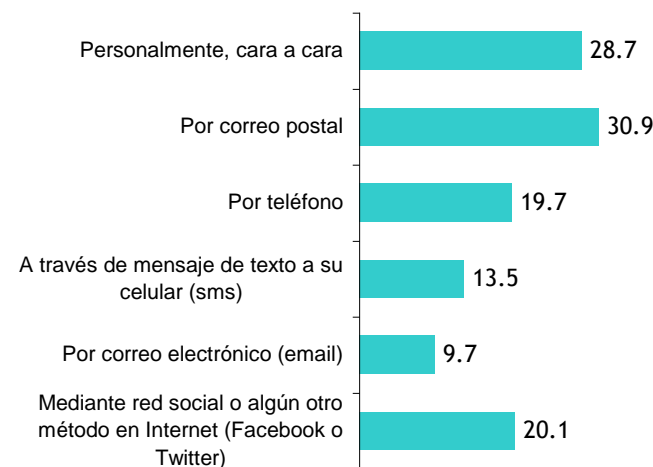
Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Gabriel Quadri de la Torre



¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 4% que dijo si haber sido contactado

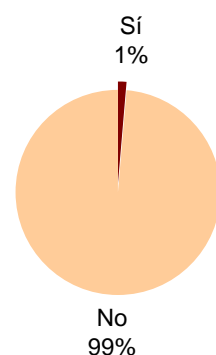
Si mención



Respuestas independientes no suman 100%

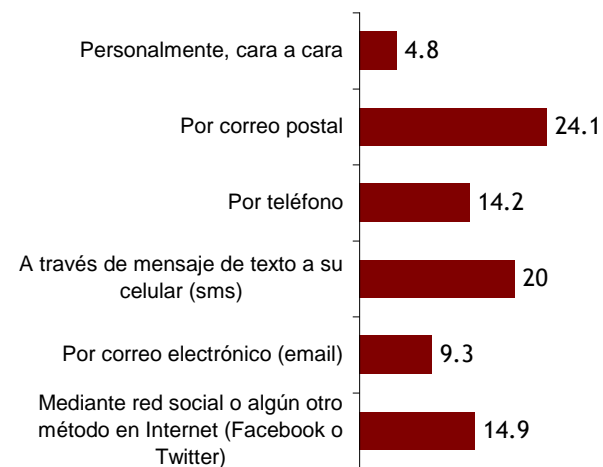
Le voy a leer una lista de partidos políticos y candidatos, para cada uno de ellos por favor dígame si lo han contactado en persona o por algún otro medio (%)

Otro partido o Candidato



¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 1% que dijo si haber sido contactado

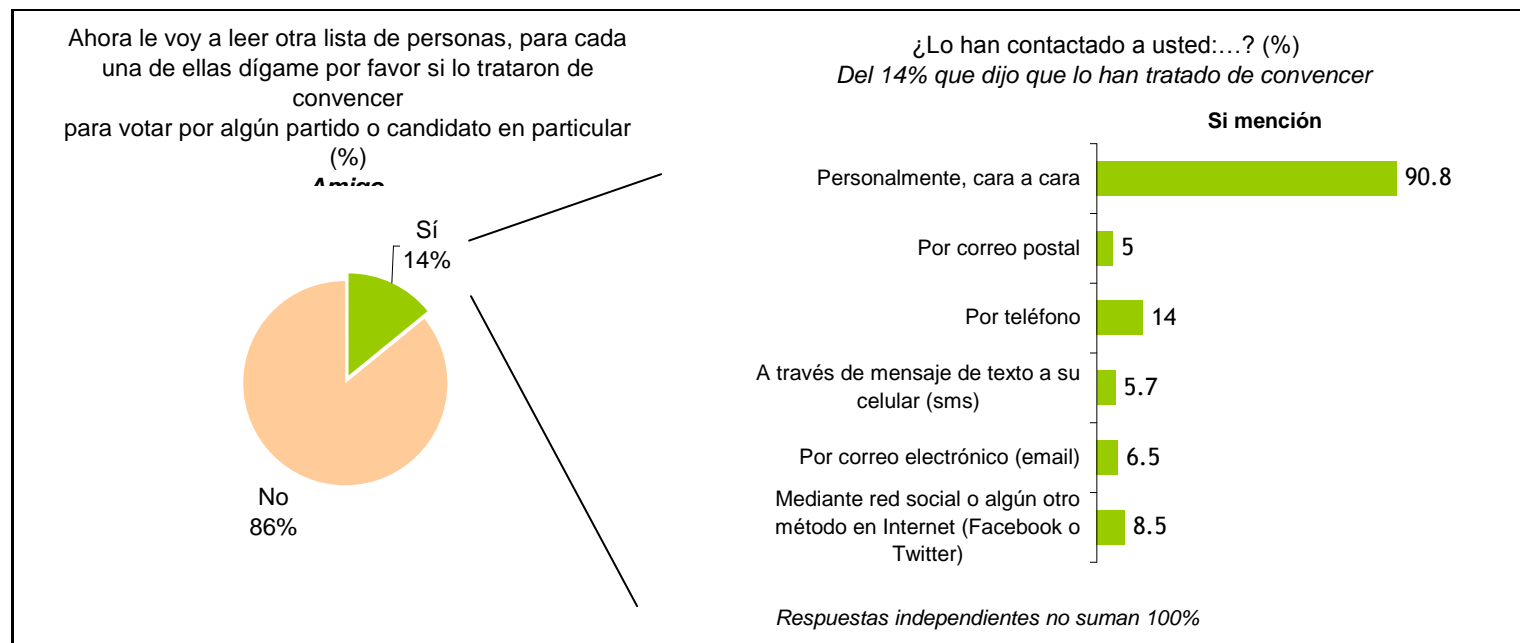
Si mención



Respuestas independientes no suman 100%

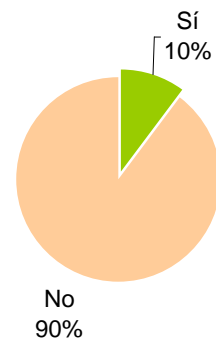
6.2 Contacto personal

Ahora le voy a leer otra lista de personas, para cada una de ellas dígame por favor si lo trataron de convencer para votar por algún partido o candidato en particular	
	Sí (%)
Amigo	14.2
Familiar	10.4
Vecino	9.4
Compañero de trabajo	3.8
Otro conocido	2.3



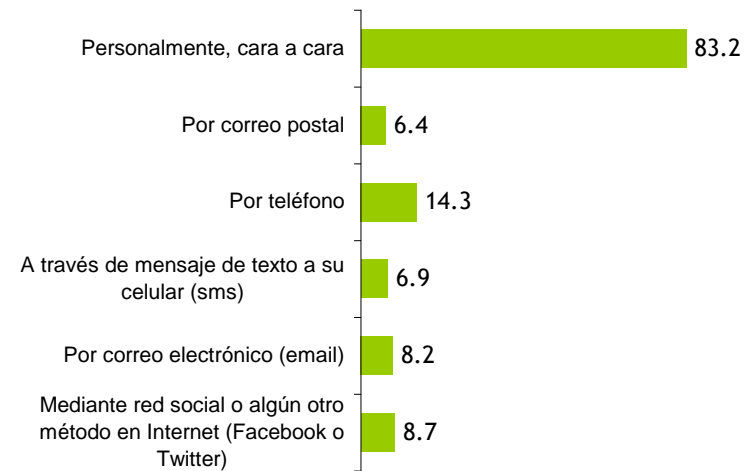
Ahora le voy a leer otra lista de personas, para cada una de ellas dígame por favor si lo trataron de convencer para votar por algún partido o candidato en particular (%)

Familiar



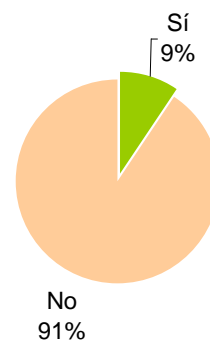
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 10% que dijo que lo han tratado de convencer

Si mención



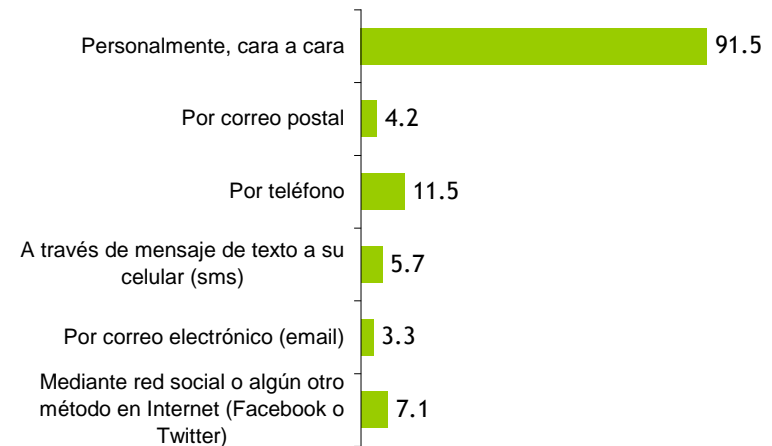
Respuestas independientes no suman 100%

Ahora le voy a leer otra lista de personas, para cada una de ellas dígame por favor si lo trataron de convencer para votar por algún partido o candidato en particular (%)



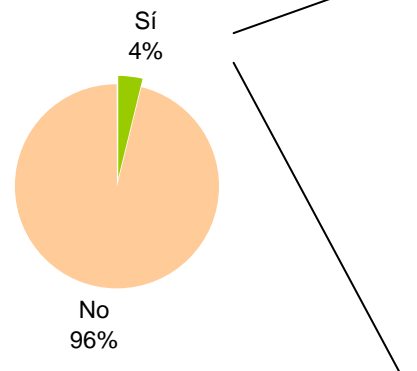
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 9% que dijo que lo han tratado de convencer

Si mención

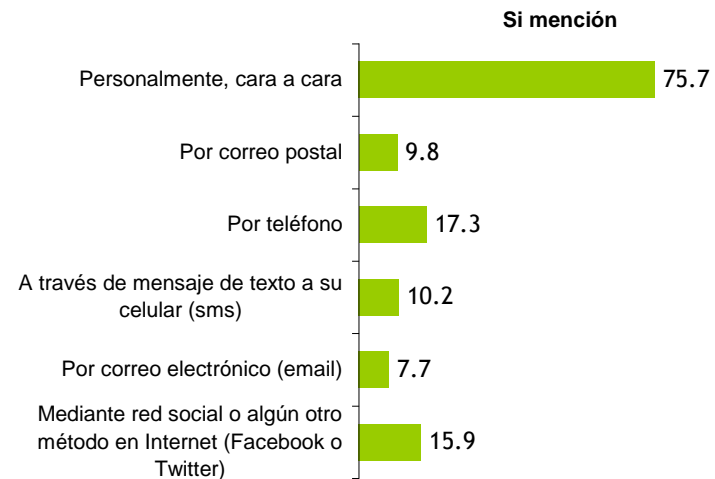


Respuestas independientes no suman 100%

Ahora le voy a leer otra lista de personas, para cada una de ellas dígame por favor si lo trataron de convencer para votar por algún partido o candidato en particular (%)

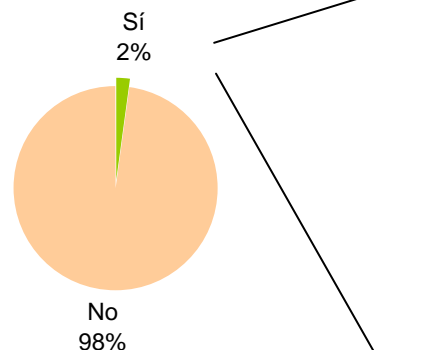


¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 4% que dijo que lo han tratado de convencer

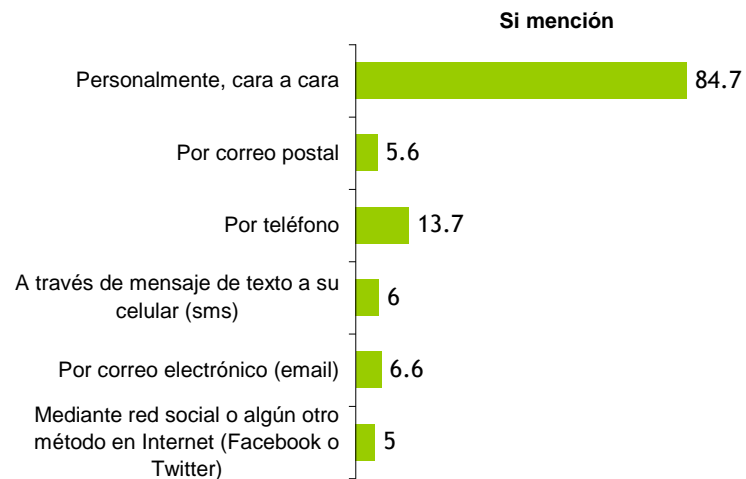


Respuestas independientes no suman 100%

Ahora le voy a leer otra lista de personas, para cada una de ellas dígame por favor si lo trataron de convencer para votar por algún partido o candidato en particular (%)



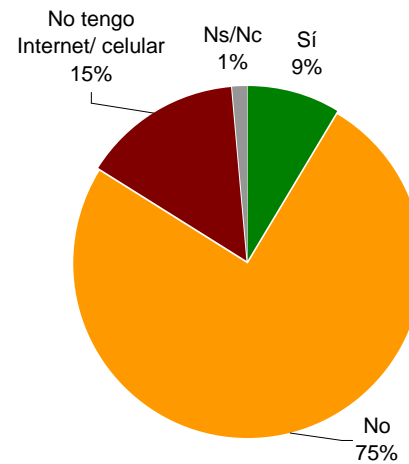
¿Lo han contactado a usted:...? (%)
Del 2% que dijo que lo han tratado de convencer



Respuestas independientes no suman 100%

6.3 Registro para obtener información o alertas de la campaña por Internet

Durante esta campaña, ¿usó usted el Internet o su celular
(Por ejemplo: mensajes de texto, Twitter, blogs, Facebook, email)
para registrarse para obtener información o alertas de algún partido
o candidato? (%)



7 Índice de información política

7.1 Índice de información política (nuevo)

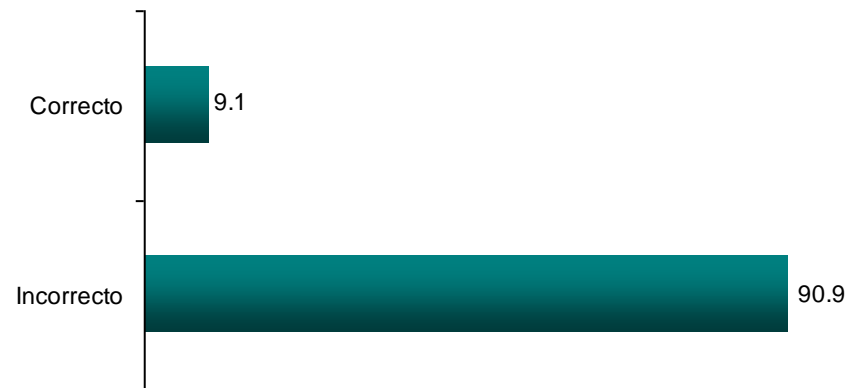
7.1.1 Nombre del Secretario de Hacienda

¿Quién de las siguientes personas es el Secretario de Hacienda:
José Antonio Meade, Alejandro Poiré, Heriberto Félix Guerra
o Genaro García Luna?



7.1.2 Información política: Tasa de desempleo en México

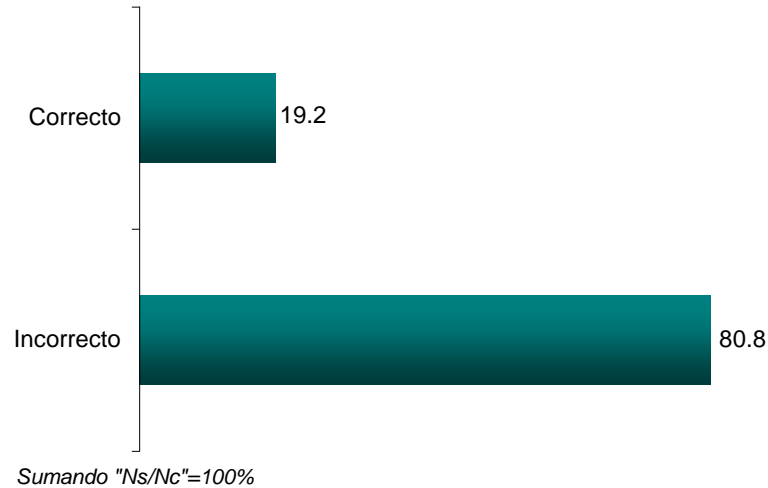
¿Cuál fue la tasa de desempleo oficial en México que anunció el gobierno
recientemente: 2.87, 4.87, 6.87 o 8.87?



Sumando "Ns/Nc"=100%

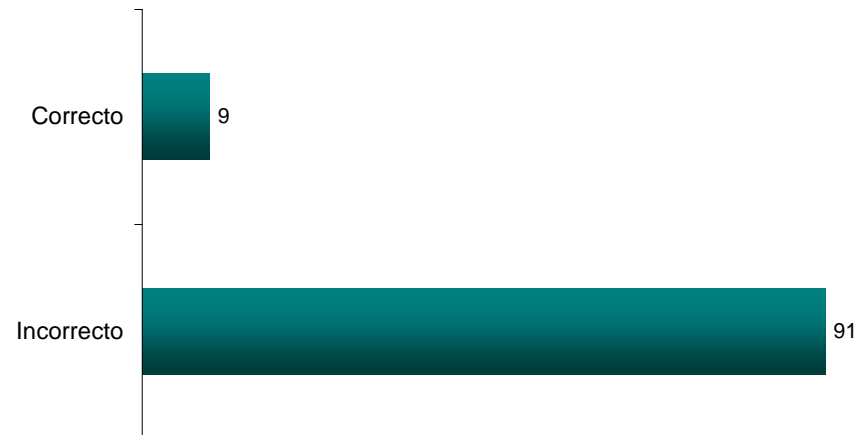
7.1.3 Información política: Partido que tiene el segundo lugar en la Cámara de Diputados

¿Qué partido quedó en **segundo** lugar en número de diputados en la Cámara de Diputados: PAN, PRD, PRI, PARTIDO VERDE?

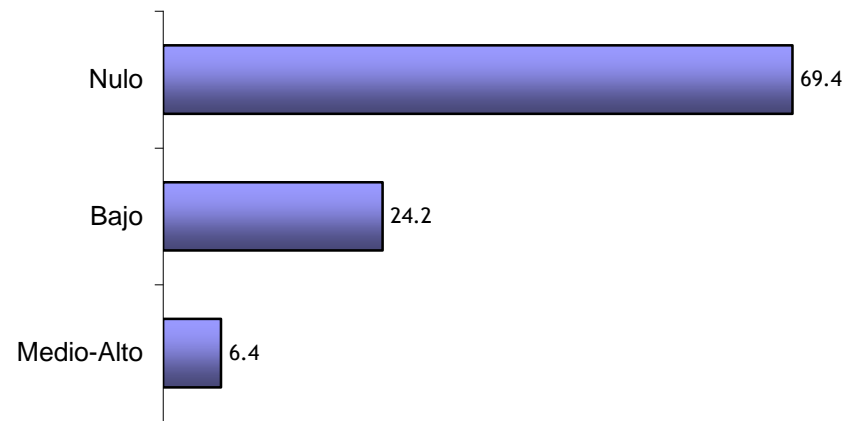


7.1.4 Nombre del Secretario General de las Naciones Unidas

¿Quién es el actual Secretario General de las Naciones Unidas
Kofi Annan, Kurt Waldheim, Ban Ki-mun o Boutros Boutros-Ghali?

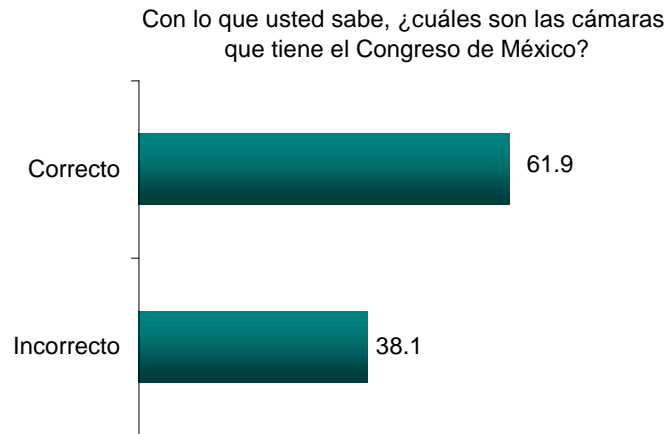


7.1.5 Índice de información política (nuevo)

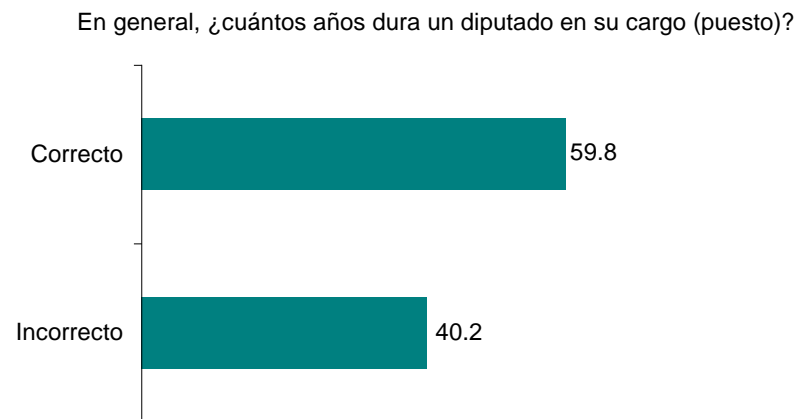


7.2 Índice de información política (anterior)

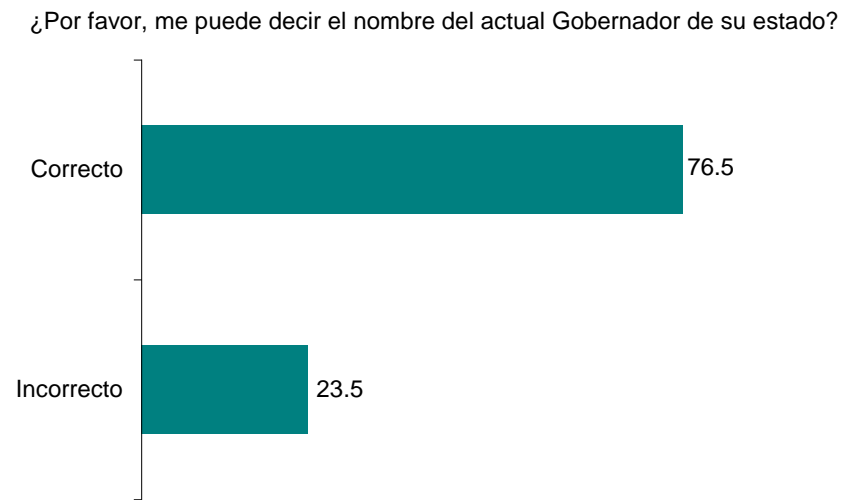
7.2.1 Cámaras que tiene el Congreso de México



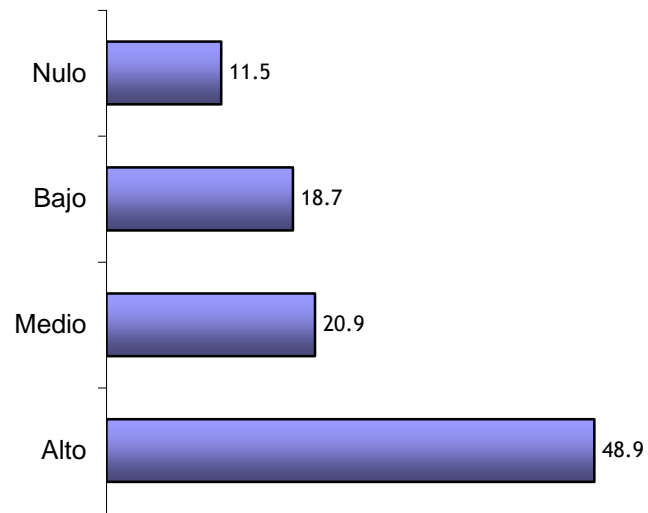
7.2.2 Años que dura un diputado en su cargo (puesto)



7.2.3 Nombre del actual gobernador de su estado



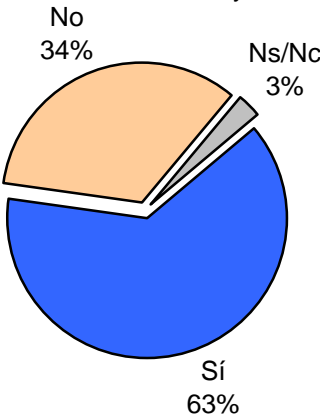
7.2.4 Índice de Información Política (Anterior)



8 Recordación de Publicidad

8.1 Recordación de publicidad de Josefina Vázquez Mota

Durante la campaña presidencial que acaba de pasar, ¿usted vio o escuchó algún anuncio de Josefina Vázquez Mota en radio, televisión y cine?



¿Cuáles de los anuncios de Josefina Vázquez Mota recuerda usted? Del 63% que ha visto o escuchado algún anuncio de JVM	
	Sí mención
	Jul 2012
Pacto con las mujeres	7
Becas a estudiantes	3
Compromisos no cumplidos/ no votes por el PRI/PRD	3
No pactar con el narcotráfico/ delincuencia	3
Soy tu mejor opción	2
Mejorar la educación	2
Oportunidades	2
Marca en la mano	1
Terminar con la corrupción	1
FRASES/ IMÁGENES	
Josefina Diferente	7

Mujer con falda pero con muchos pantalones	3
Cuchi cuchi	2
En mitin/ con mucha gente	1
Voy a cambiar a México	1
Yo (Josefina) voy a ganar	1
Dice compromisos/ propuestas	1
Combatir la pobreza	1
Creación de empleo	1
Visita algún estado	1
Carteles/ anuncios de TV/ radio	1
Otros	4
NS/NC	15

RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE JVM
Del 63% que ha visto o escuchado algún anuncio de JVM
(espontánea)

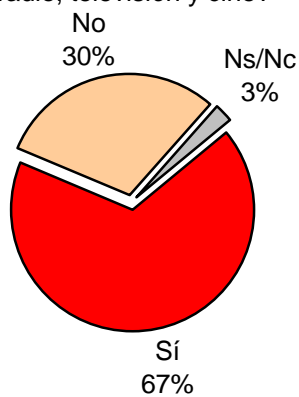
¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Josefina Vázquez Mota?	%
	<i>Jul 2012</i>
Recuerda algo	63

Frase		24
	Va a ayudar a las mujeres/ defenderá a la mujer/ busca equidad de género	4
	Becas para estudiantes/ mejorar educación	4
	Josefina diferente	4
	Acabar con delincuencia/ narcotráfico	2
	Oportunidades/ apoyos sociales	2
	La mujer tiene pantalones/ palabra	2
	El cuchi cuchi	2
	Estabilidad económica/ empleos	1
	Es mujer/ mujer presidenta	1
	Encarcelará a gobernadores corruptos	1

	Otra	1
Imagen		6
	En mítin/ con mucha gente	2
	Imagen JVM	1
	Marca en la mano	1
	Ella con niños/ mujeres	1
	Otra	1
Otro		5
	Propuestas	2
	Cambiará al país	1
	Peña no cumple/ Ataca a los demás candidatos/ conflictiva	1
	Que votes por ella/ Era la mejor opción/ partido	1
Ns/Nc		28

8.2 Recordación de publicidad de Enrique Peña Nieto

Durante la campaña presidencial que acaba de pasar, ¿usted vio o escuchó algún anuncio de Enrique Peña Nieto en radio, televisión y cine?



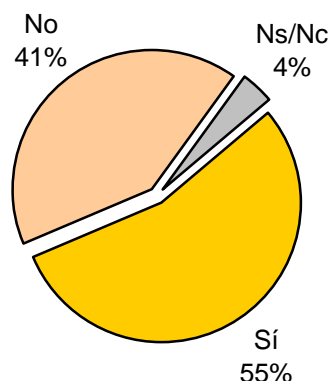
¿Cuáles de los anuncios de Enrique Peña Nieto recuerda usted? Del 67% que ha visto o escuchado algún anuncio de EPN	
	<i>Sí mención</i>
	<i>Jul 2012</i>
SPOTS RECORRIENDO ESTADOS	6
APOYO A LOS VALES DE MEDICINA	3
SPOTS BIOGRAFÍA	2
SPOTS AGRADECIMIENTO	2
SPOTS EPN VISITA FAMILIAS	1
SPOTS INFRAESTRUCTURA EDO. MEX.	1
APOYO A PROPUESTAS DEL VERDE	1
<i>PROPUESTAS</i>	
MEJORAR ECONOMÍA/ CREAR EMPLEOS	6
APOYOS ADULTOS MAYORES/ ERRADICAR POBREZA	4
MEJORARÁ EDUCACIÓN/ DARÁ BECAS ESTUDIANTES	3
SEGURIDAD/ COMBATIR DELINCUENCIA	2
AGUA PARA TODOS	1
OTRAS PROPUESTAS	8
<i>FRASES/ IMÁGENES</i>	
SE COMPOMETE CON MÉXICO	6
EPN CON MUCHA GENTE/ ABRAZA PERSONAS	2
SABES QUE VOY A CUMPLIR	1
IMAGEN EPN	1
<i>OTROS</i>	
CAMBIARÁ EL PAÍS	9
SPOTS CAMPAÑA NEGATIVA	3
OPINIONES	1
OTROS	3
NS/NC	1

RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE EPN
Del 67% que ha visto o escuchado algún anuncio de EPN
(espontánea)

¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Enrique Peña Nieto?		%
		<i>Jul 2012</i>
Recuerda algo		67
Frase		27
	Se compromete y cumple/ cumplirá promesas	5
	Va a dar vales de medicinas	4
	Más empleos/ mejores sueldos/ vas a ganar más por tu trabajo	4
	Mi compromiso es contigo/ con México	3
	Dará apoyo a adultos mayores/ madres solteras/ a los más necesitados/ continuará Oportunidades	3
	Mejorará la situación económica/ bajará el precio de la luz/ gasolina/ apoyo a pequeños negocios	2
	Combatirá delincuencia/ inseguridad/ más seguridad	2
	Mejorará educación/ escuelas/ dará computadoras/ becas	2
	Apoya las propuestas del Verde	1
	Agradecimiento	1
Imagen		10
	Recorriendo varios estados	3
	En casa de abuela hablando	2
	Infraestructura Edo. Mex	2
	Visita una familia/ se compromete con ella	1
	Imágenes de EPN	1
	Abraza a personas/ con gente	1
Otro		6
	Peña no cumple/ compromisos no cumplidos/ lo abuchean estudiantes	3
	Propuestas/ proyectos	1
	Cambiará el país	1
	Otros	1
Ns/Nc		24

8.3 Recordación de publicidad de Andrés Manuel López Obrador

Durante la campaña presidencial que acaba de pasar,
¿usted vio o escuchó algún anuncio de Andrés Manuel López
Obrador en radio, televisión, y cine?



¿Cuáles de los anuncios de Andrés Manuel López Obrador recuerda usted?	
<i>Del 55% que ha visto o escuchado algún anuncio de AMLO</i>	
	Sí mención
	<i>Jul 2012</i>
AMLO con su hijo	4
Spot empleo y reactivar economía	2
Spot sobre seguridad	2
“Presidente de todos”	2
Imagen de AMLO en mítines	1
Spot Reconciliación	1
Una historia	1
AMLO sale hablando en oficina, escritorio	1
Comercial de Morena*	1
Postelectoral: pruebas, inconformidad, fraude**	2
Propuestas que no está en spot (luz, gasolina, ancianos)	7
El cambio verdadero/ el cambio está en tus manos	4
Frase: acabar con la corrupción	1

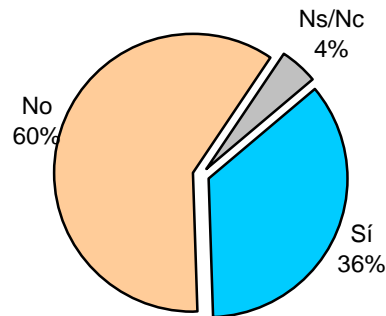
Cambio del país/ es el cambio legítimo	2
Cualidades de AMLO	2
Ataques a otros candidatos	1
Ns/Nc/ no se acuerda/ no le interesa	21
<i>*No se menciona imagen o mensaje sólo "el spot de morena"</i> <i>**No necesariamente se atribuye a imágenes del spot "Pruebas"</i> <i>Sumando "Otros"=100%</i>	

RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE AMLO
Del 55% que ha visto o escuchado algún anuncio de AMLO
(Respuesta espontánea)

¿Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Andrés Manuel López Obrador?		%
		Julio 2012
Frase		14
	Cambiar al país/ el cambio está por venir	3
	Ayudará a los pobres/ ancianos/ mujeres y niños	2
	Ayudará economía/ creación de empleos	2
	Bajará sueldos de funcionarios públicos	2
	Acabará corrupción	1
	Acabará con la violencia	1
	Acabará con la pobreza	1
	Críticas a gobiernos anteriores del PRI y el PAN y a EPN	1
	Bajará el precio de la gasolina/ no privatizar PEMEX/ invertir en refinerías	1
Imagen		8
	Con su hijo	2
	Mucha gente en mitin/ Abrazando a la gente	2
	Él pidiendo el voto/ diciendo que va a cumplir/ que mejoraría México	2
	AMLO en escritorio	1
	Recibimiento en IBERO	1
Otro		2
	No reconoce resultado/ dice que es un fraude	1
	Otras propuestas	1
Ns/Nc		28

8.4 Recordación de publicidad de Gabriel Quadri de la Torre

Durante la campaña presidencial que acaba de pasar, ¿usted vio o escuchó algún anuncio de Gabriel Quadri de la Torre en radio, televisión y cine?



¿Cuáles de los anuncios de Gabriel Quadri de la Torre recuerda usted?	
Del 36% que ha visto o escuchado algún anuncio de GQT	
	Sí mención
	Jul 2012
SPOTS	
PREPARATORIA OBLIGTORIA ES PROPUESTA DE NUEVA ALIANZA	2
VIOLENCIA DE GÉNERO	1
PRESENTACIÓN DE PERSONAJES	1
CAMPO	1
VIDEO CLIP	1
INVITACION AL VOTO	1
SPOT FINAL	1
OTROS	1
Otros	
PERSONAJES VIAJANDO POR EL PAÍS	4
COMBI	4

PROPUESTAS	3
¿CONTAMOS CONTIGO?	2
NS/NC	14

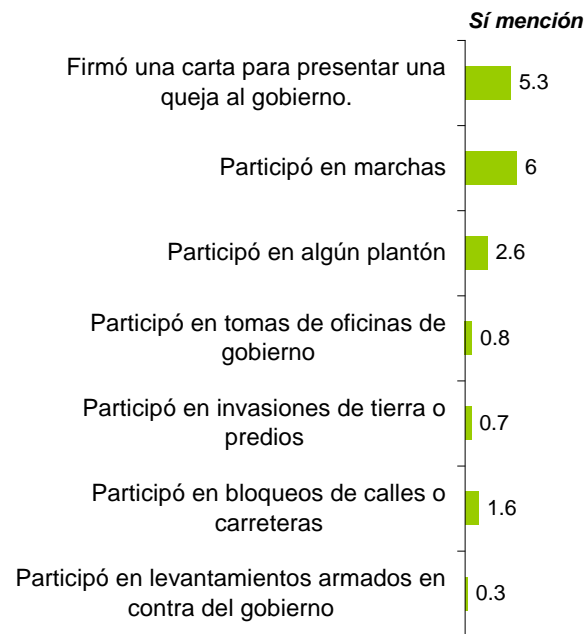
RECORDACION DE ELEMENTOS DE ANUNCIOS DE GABRIEL QUADRI
Del 36% que ha visto o escuchado algún anuncio de GQT
(espontánea)

¿ Qué es lo que usted recuerda más del anuncio de Gabriel Quadri de la Torre?		%
		<i>Jul 2012</i>
Recuerda algo		
Frase		4
	Características de los cuatro candidatos	1
	¿Contamos contigo?	1
	Apoyo a la educación	1
Otro		
	Características de los candidatos, El voto de los libres	1
Imagen		9
	Combi	4
	Cuatro jóvenes recorriendo México	1
	Grupo Musical	1
	Ayudan a una mujer	1
Otro		
	Jóvenes ayudando a personas, apoyando a la tercera edad, Emiliano Zapata	2
Otro		2
	Propuestas	2
Ns/Nc		21

9 Participación Política y clientelismo

9.1 Acciones políticas realizadas

Para expresar su opinión, en los últimos 5 años, ¿usted se ha organizado con otras personas que tenían el mismo problema que usted, por ejemplo...?

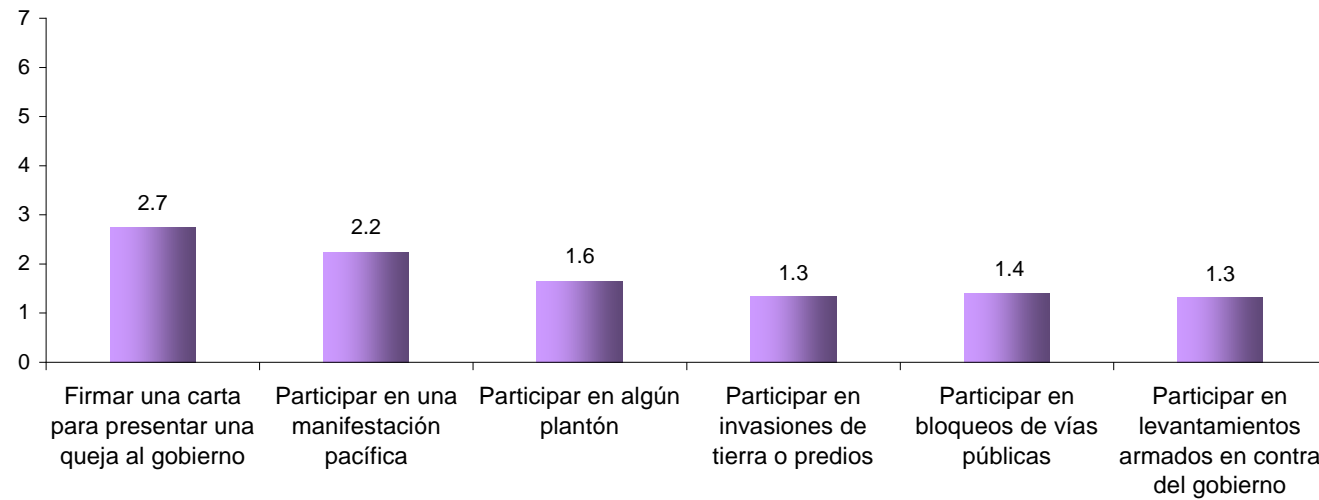


Respuestas independientes no suman 100%

9.2 Probabilidad de participar en acciones políticas

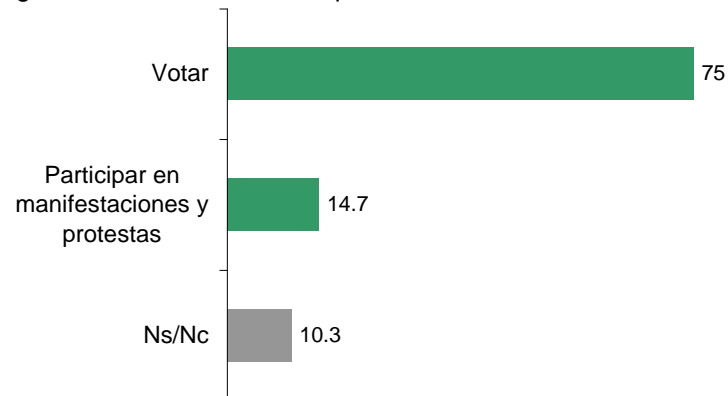
En una escala del 1 al 7, donde 1 es nada probable y 7 es totalmente probable, dígame ¿qué tan probable es que lleve a cabo cada una de las siguientes acciones...?

Promedio de la calificación



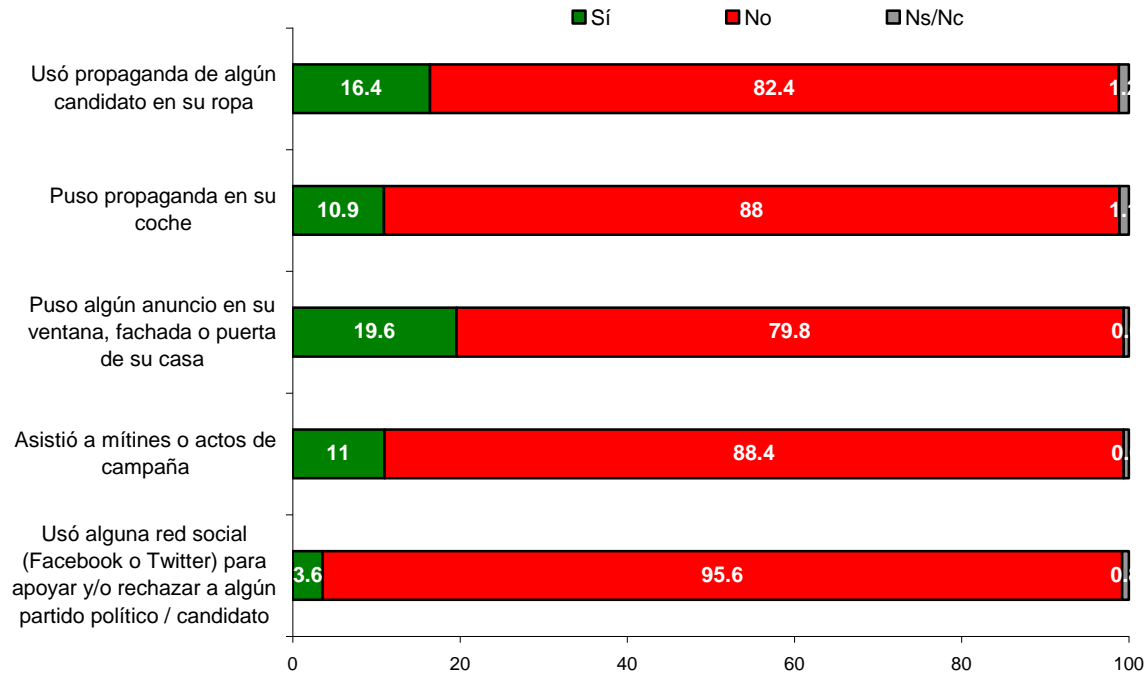
9.3 Acciones más eficaces para que el gobierno atienda las demandas de los ciudadanos

Con lo que usted ha visto en México, ¿qué es lo que ha sido más útil para que el gobierno tome decisiones que atiendan las demandas de los ciudadanos?



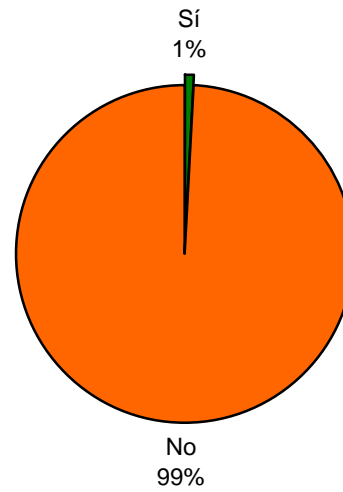
9.4 Apoyo general a los candidatos y/o partidos

Algunas personas apoyan con acciones a los candidatos o a los partidos en las campañas para la elección del Presidente. En esta campaña, ¿usted hizo alguna de las siguientes cosas?



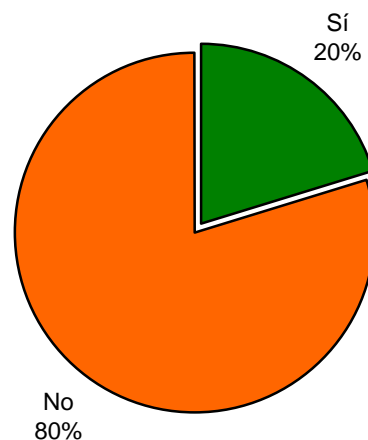
9.5 Apoyo económico a los candidatos y/o partidos

Durante esta campaña electoral, ¿apoyó económicamente a algún partido, alianza o candidato?



9.6 Regalos al entrevistado

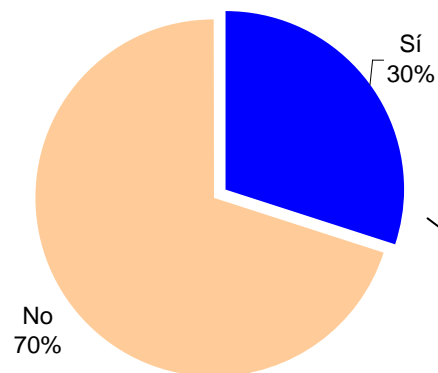
¿Alguno de los equipos de campaña de los candidatos presidenciales o partidos políticos le dio algún regalo o no?



Sumando "NS"/"NC" = 100%.

¿Alguno de los equipos de campaña de los candidatos presidenciales o partidos políticos le dio algún regalo o no? (del 20% que dijo que sí había recibido un regalo)	
	Sí (%)
Josefina Vázquez Mota (PAN)	30
Enrique Peña Nieto (PRI-Partido Verde)	76.8
Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-Movimiento Ciudadano)	21.8
Gabriel Quadri de la Torre (Nueva Alianza)	8
Otro partido o candidato	0.4
Respuestas independientes no suman 100%	

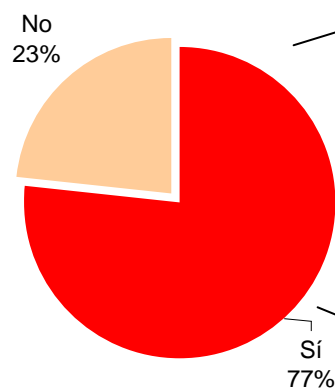
¿De qué partido o candidato? (%)
Josefina Vázquez Mota
 (del 20% que dijo que sí había recibido un regalo)



¿Qué le dio?
 Del 30% que dijo sí haber recibido algún regalo de JVM



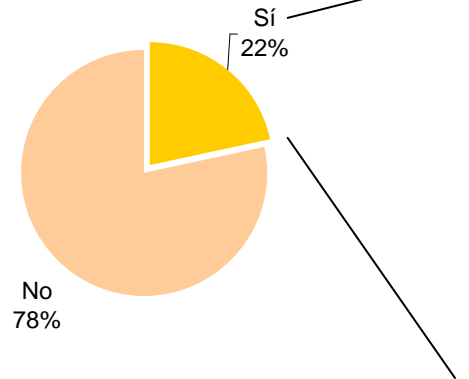
¿De qué partido o candidato? (%)
Enrique Peña Nieto
 (del 20% que dijo que sí había recibido un regalo)



¿Qué le dio?
 Del 77% que dijo sí haber recibido algún regalo de EPN



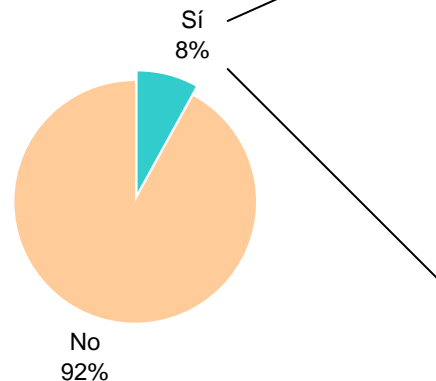
¿De qué partido o candidato? (%)
Andrés Manuel López Obrador
 (del 20% que dijo que sí había recibido un regalo)



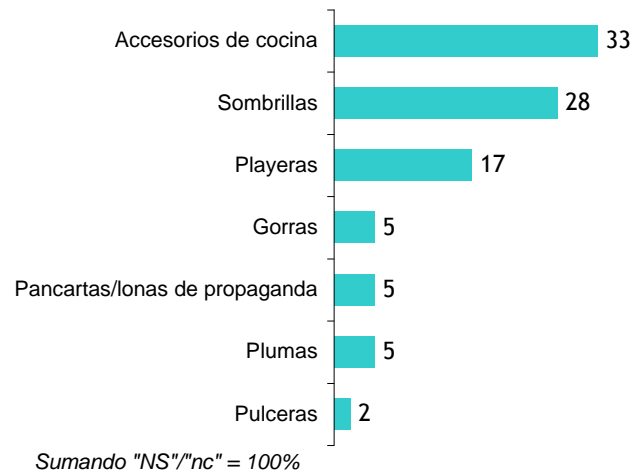
¿Qué le dio?
 Del 22% que dijo sí haber recibido algún regalo de AMLO



¿De qué partido o candidato? (%)
Gabriel Quadri de la Torre
 (del 20% que dijo que sí había recibido un regalo)

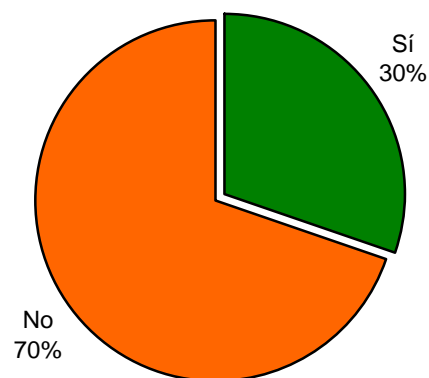


¿Qué le dio?
 Del 8% que dijo sí haber recibido algún regalo de GQ



9.7 Regalos en su colonia

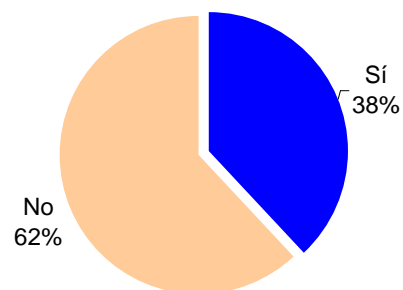
Usted sabe si en su colonia, ¿alguno de los vecinos recibieron regalos de los equipos de campaña o no?



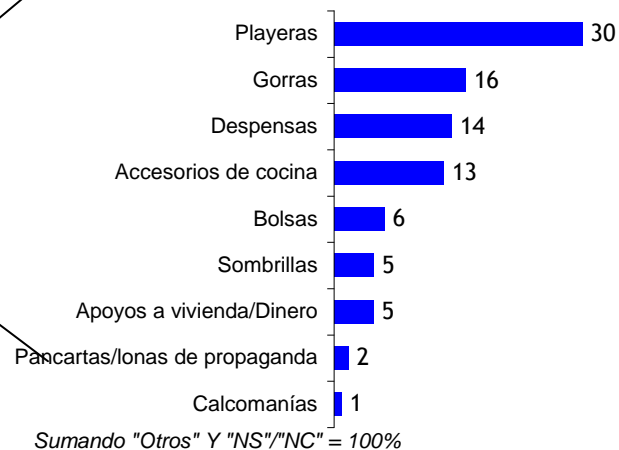
Sumando "NS"/"NC" = 100%.

Usted sabe si en su colonia, ¿algunos vecinos recibieron regalos de los equipos de campaña o no? (del 30% que contestó que sus vecinos sí recibieron regalos)	
	Sí (%)
Josefina Vázquez Mota PAN	38
Enrique Peña Nieto PRI-Partido Verde	84
Andrés Manuel López Obrador PRD-PT-Movimiento Ciudadano	22
Gabriel Quadri de la Torre Nueva Alianza	7
Otro partido o candidato	1

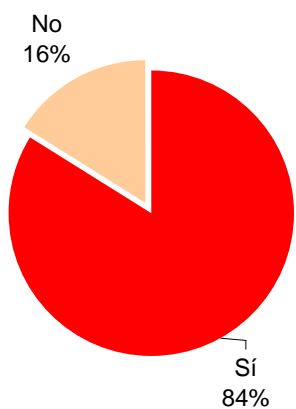
¿De qué partido o candidato? (%)
Josefina Vázquez Mota
 (del 30% que contestó que sus vecinos sí recibieron regalos)



¿Qué le dio?
 Del 38% que dijo saber que vecinos recibieron regalos de JVM



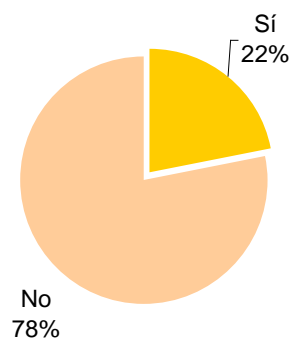
¿De qué partido o candidato? (%)
Enrique Peña Nieto
 (del 30% que contestó que sus vecinos sí recibieron regalos)



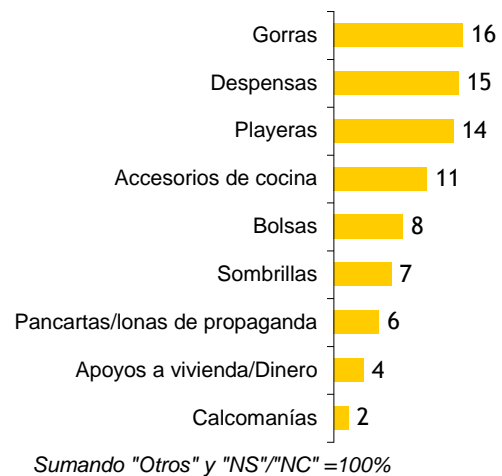
¿Qué le dio?
 Del 84% que dijo saber que vecinos recibieron regalos de EPN

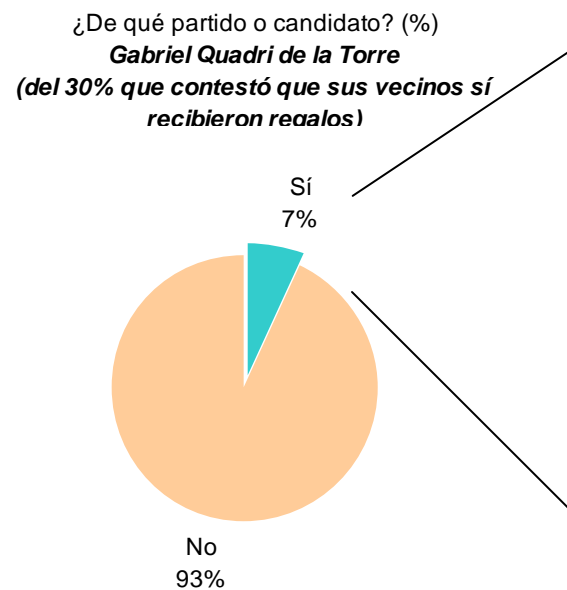


¿De qué partido o candidato? (%)
Andrés Manuel López Obrador
 (del 30% que contestó que sus vecinos sí recibieron regalos)



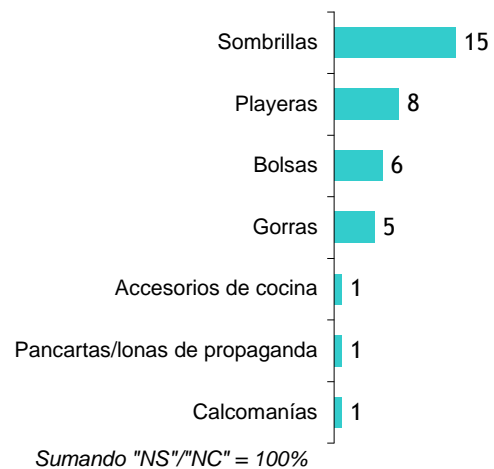
¿Qué le dio?
 Del 22% que dijo sí haber recibido algún regalo de AMLO





¿Qué le dio?

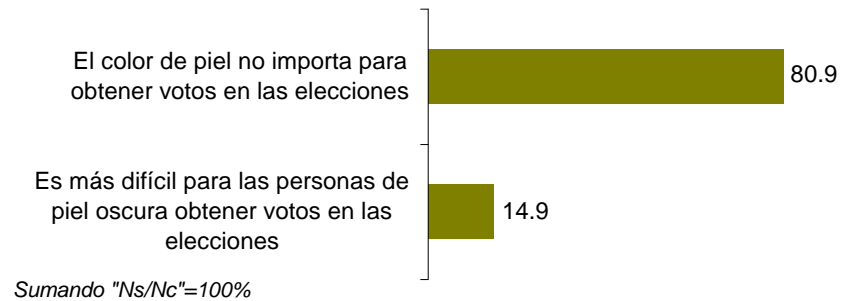
Del 7% que dijo que algún vecino sí recibió algún regalo de GQ



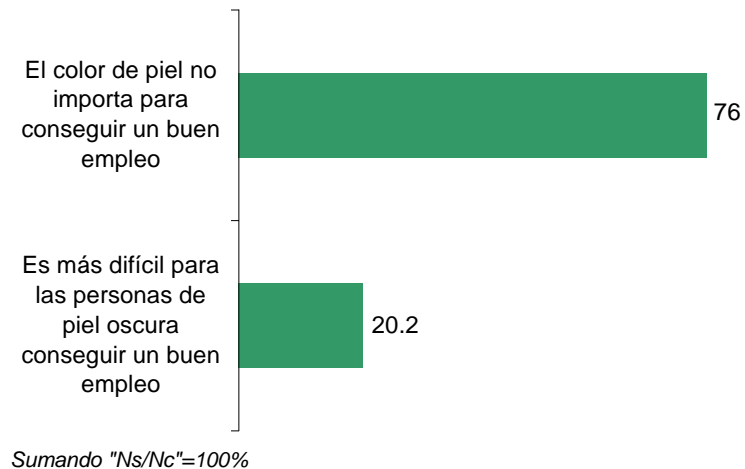
10 Estereotipos

10.1 Color de piel

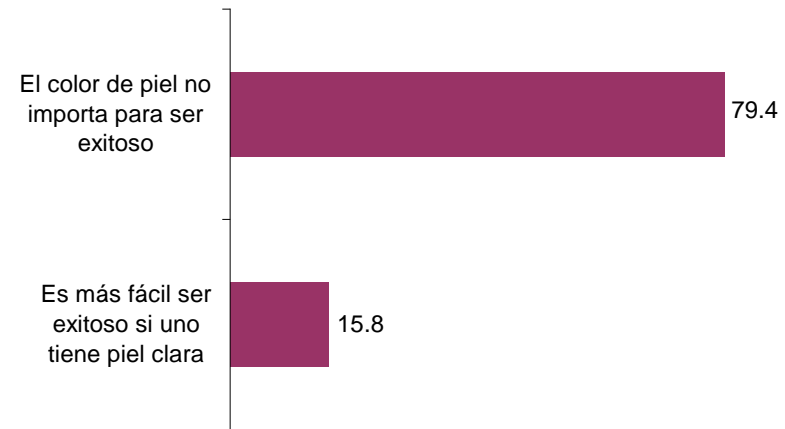
Ahora bien, algunas personas dicen que el color de piel de los candidatos no importa cuando se trata de decidir por quién votar, otros dicen que cuando se trata de votar por algún candidato o candidata, su color de piel sí importa, es decir, es más difícil para personas de piel oscura obtener votos. Usted qué piensa, ¿el color de piel no importa a la hora de decidir por quién votar, o es más difícil para las personas de piel oscura obtener votos en las elecciones?



Usted qué cree, ¿el color de piel no importa para conseguir un buen empleo o es más difícil para las personas de piel oscura conseguir un buen empleo?



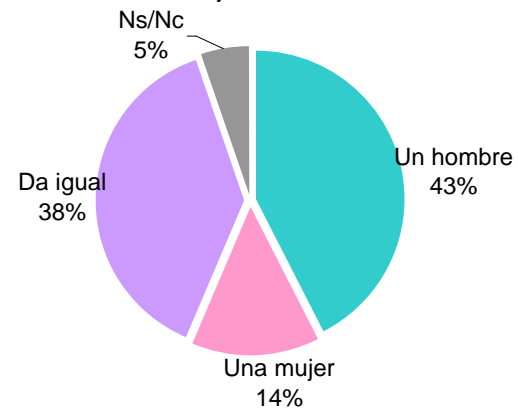
¿Y en general usted cree que para ser exitoso el color de piel no importa o es mas fácil ser exitoso si uno tiene piel clara?



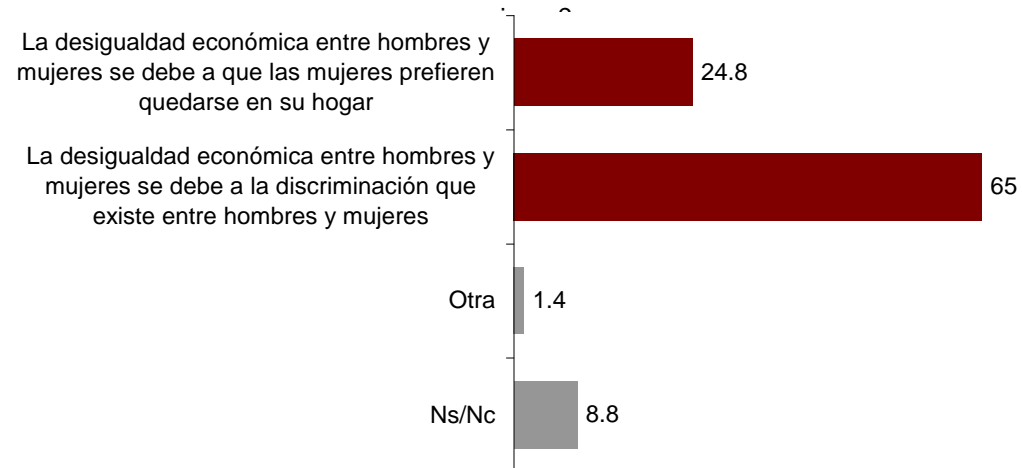
Sumando "Ns/Nc"=100%

10.2 Género

Tomando en cuenta los problemas que enfrenta el país, como la lucha contra el crimen organizado y el lento crecimiento económico, en general ¿quién cree que gobernaría mejor, un hombre o una mujer?



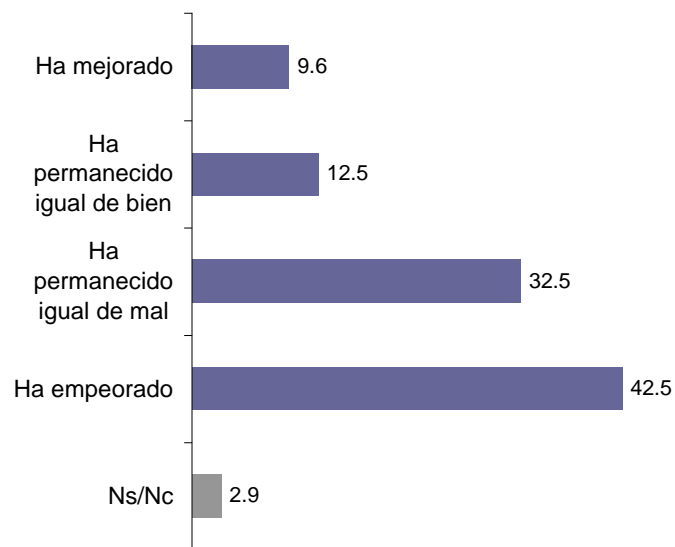
¿Qué se acerca más a lo que usted piensa: la desigualdad económica entre hombres y mujeres se debe a que las mujeres prefieren quedarse en su hogar o la desigualdad económica se debe a que existe discriminación en contra de las



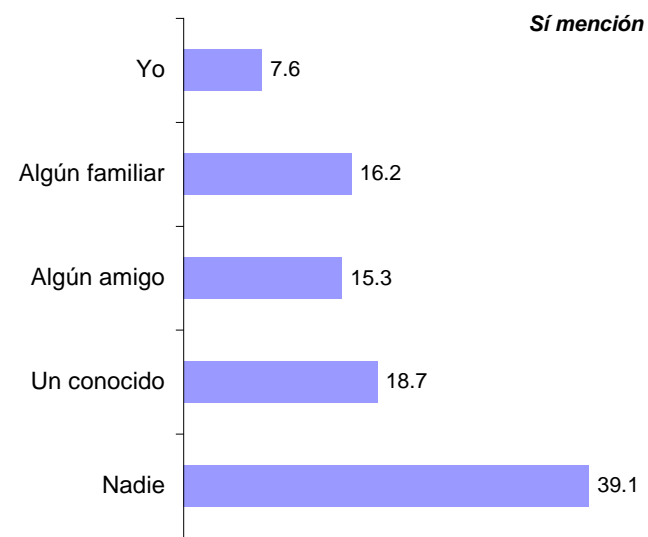
11 Crimen y Seguridad

11.1 Percepción sobre la seguridad

En los últimos 12 meses, ¿usted cree que la situación de la violencia relacionada con el crimen organizado **en el país** ha empeorado, mejorado o se ha mantenido igual?



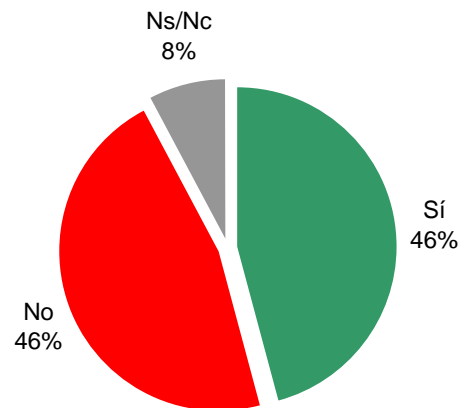
En estos últimos doce meses usted, algún familiar, algún amigo o conocido ¿se ha visto afectado directamente por la violencia que provoca el crimen organizado?



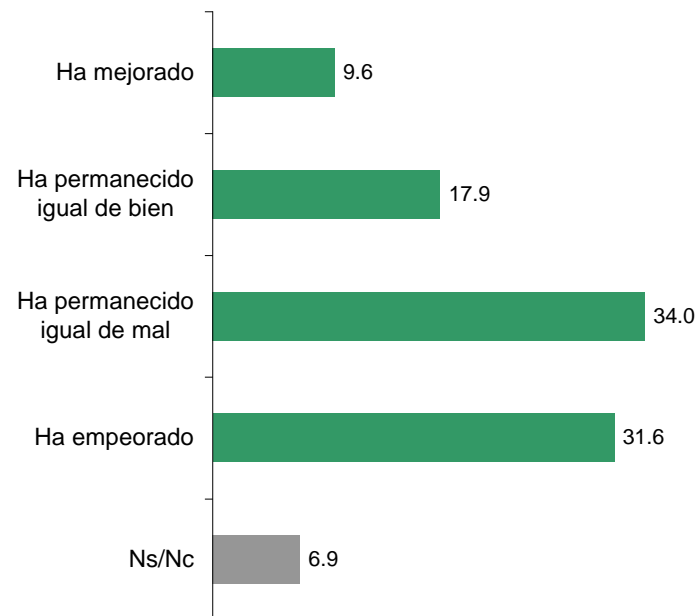
Respuestas independientes no suman 100%

11.2 Afectación de la violencia por el crimen organizado a nivel local

En su municipio (delegación si es en el DF) ¿se han dado actos de violencia relacionados con la lucha contra el crimen organizado?

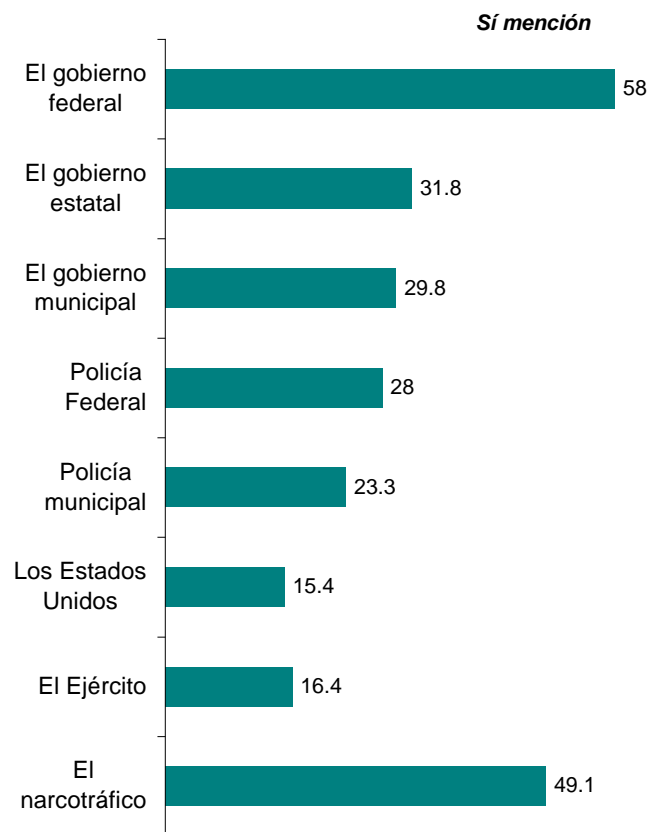


Durante los últimos doce meses el nivel de violencia relacionado con el crimen organizado en su municipio (delegación si es en el DF) ¿ha empeorado, mejorado o ha permanecido igual?



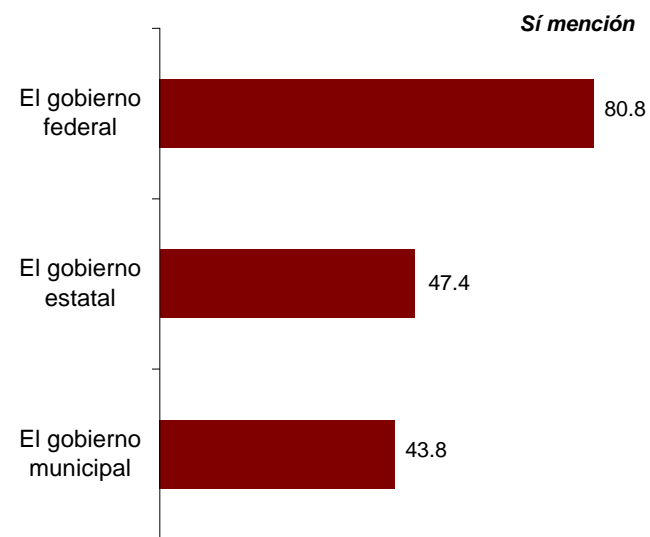
11.3 Responsables de la situación de seguridad y el combate contra el crimen organizado

¿Quién o quiénes cree usted que son los responsables del nivel de violencia relacionado con el crimen organizado y el narcotráfico?



Respuestas independientes no suman 100%

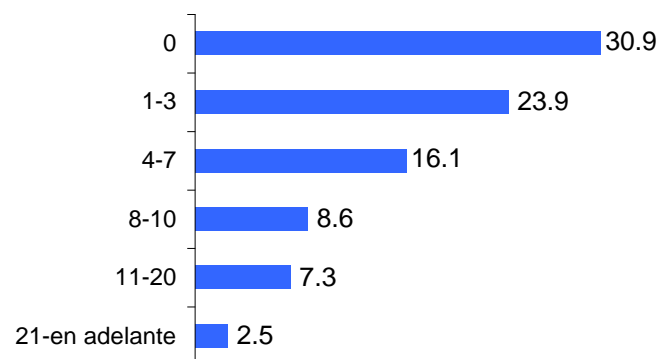
Dígame, ¿a qué nivel de gobierno, federal, estatal o municipal, le corresponde más el combate contra el crimen organizado y el narcotráfico?



Respuestas independientes no suman 100%

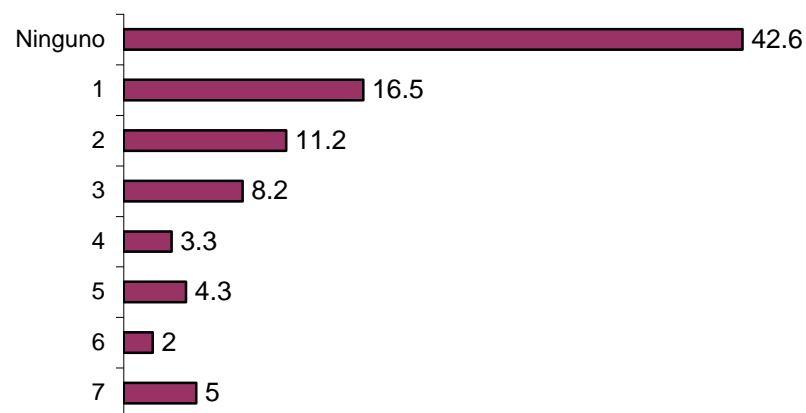
12 Comunicación política durante la campaña

En los últimos 3 meses, ¿con cuántas personas ha hablado sobre política?



Sumando "Ns/Nc"=100%

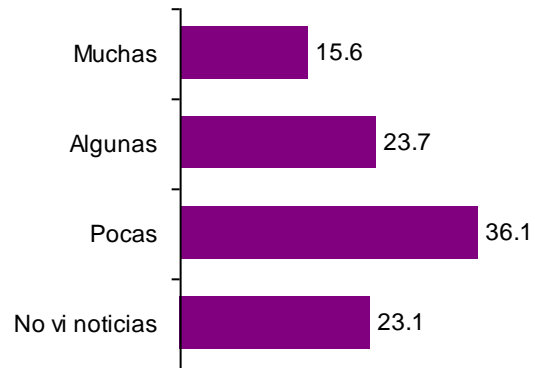
Por favor dígame de los últimos siete días, ¿cuántos días habló usted de política con alguna persona?



Sumando "Ns/Nc"=100%

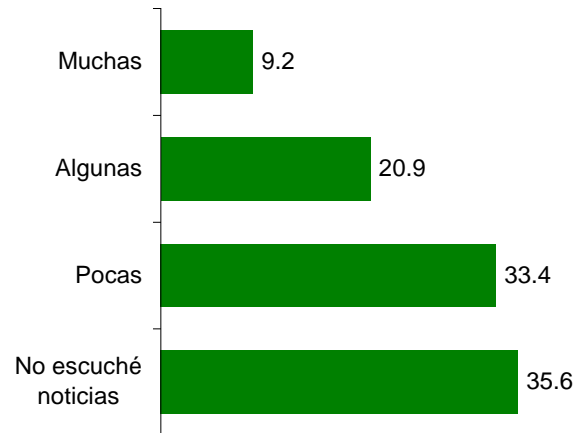
12.1 Medios de comunicación y anuncios: televisión y radio

La semana pasada, ¿usted diría que vio muchas, algunas, o pocas noticias sobre asuntos electorales en la televisión?



Sumando "Ns/Nc"=100%

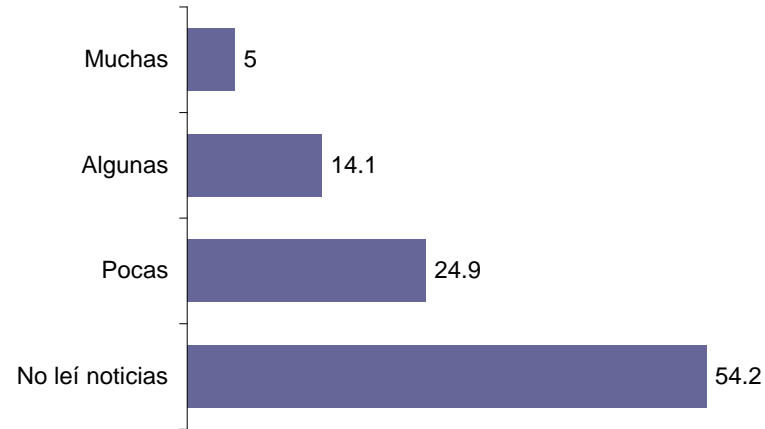
La semana pasada, ¿usted diría que escuchó muchas, algunas, o pocas noticias sobre asuntos electorales en la radio?



Sumando "Ns/Nc"=100%

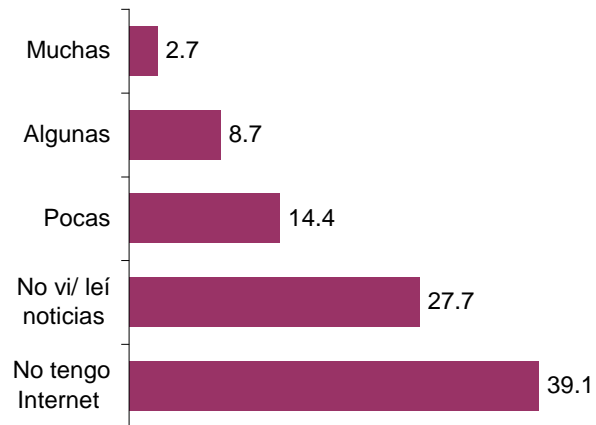
12.2 Medios de comunicación y anuncios: periódicos e Internet

La semana pasada, ¿usted diría que vio o leyó muchas, algunas, o pocas noticias sobre asuntos electorales en los periódicos?



Sumando "Ns/Nc"=100%

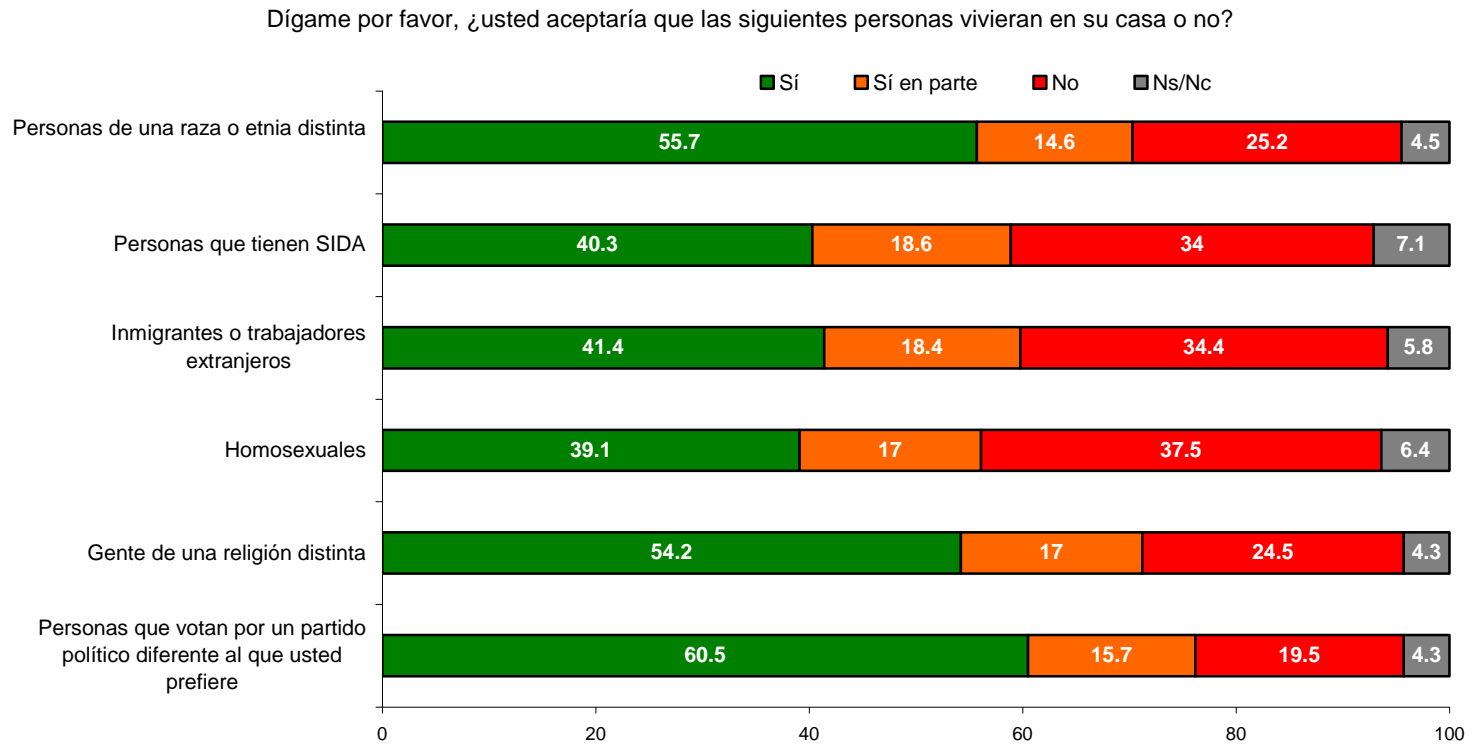
La semana pasada, ¿usted diría que vio/leyó muchas, algunas, o pocas noticias sobre asuntos electorales en Internet?



Sumando "Ns/Nc"=100%

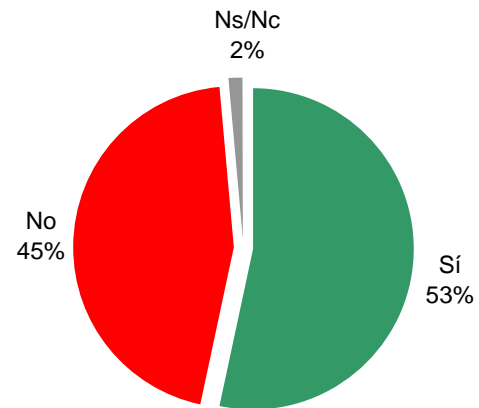
13 Comunicación política durante la campaña

13.1 Aceptación o no de vivir con personas diferentes

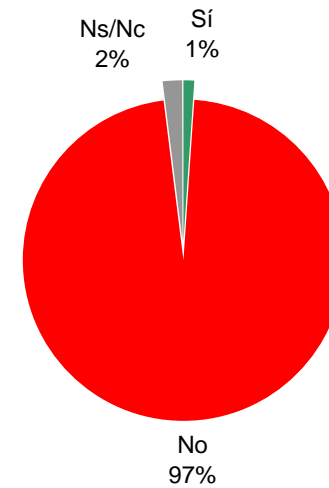


14 Propiedades

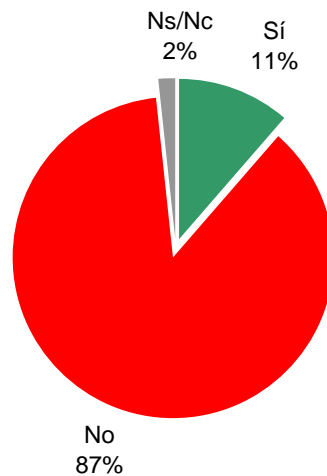
¿Usted o alguno de los que vive en su hogar es dueño de alguna propiedad habitacional, por ejemplo, una casa o un departamento?



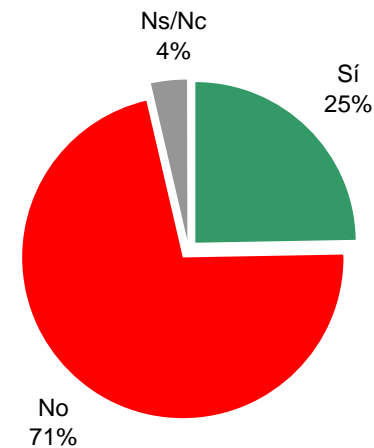
¿Usted o alguno de los que vive en su hogar es dueño de acciones o bonos en la bolsa de valores?



¿Usted o alguno de los que vive en su hogar es dueño de algún negocio, de una propiedad, de una granja o de un rancho?

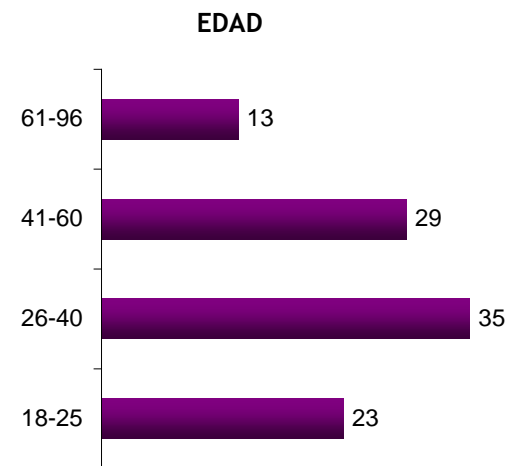
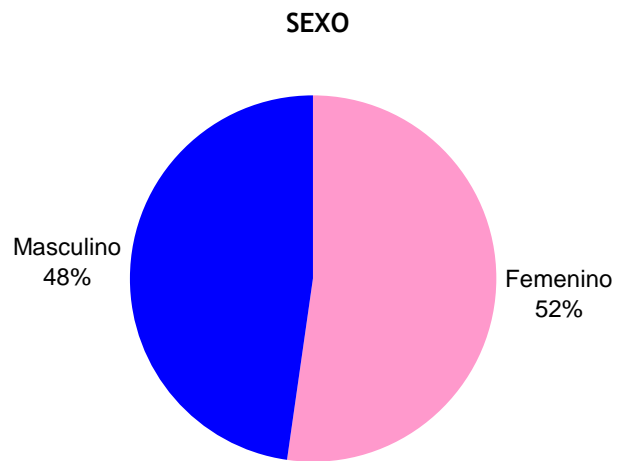


¿Usted o alguno de los que vive en su hogar tiene ahorros?

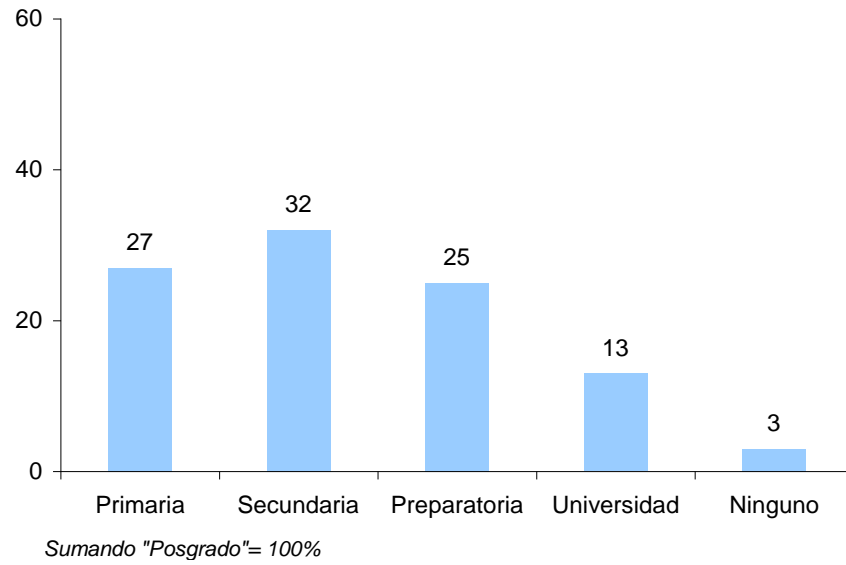


15 Datos Socioeconómicos

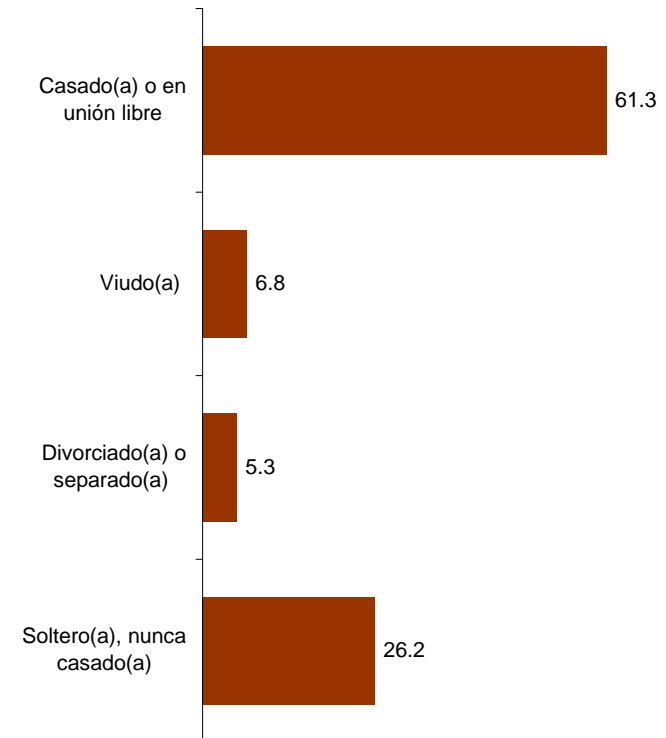
Perfil del entrevistado



ESCOLARIDAD



ESTADO CIVIL



PERTENENCIA A ALGUNA ASOCIACIÓN LABORAL

¿Pertenece usted a algún sindicato, organización o asociación laboral?



¿Alguien más en su hogar pertenece a algún sindicato o asociación laboral?



Sumando "Ns/Nc"=100%

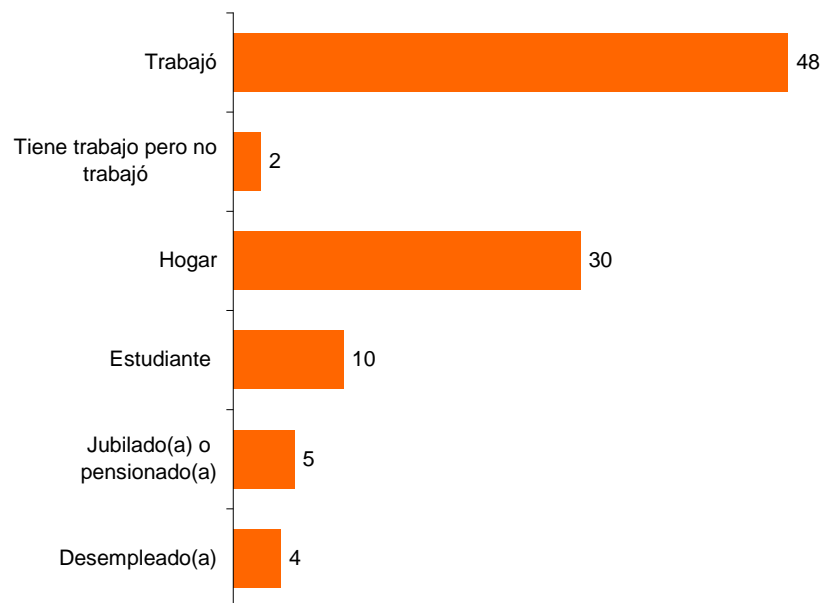
PERTENENCIA A ALGUNA ASOCIACIÓN LABORAL

Por favor dígame si usted pertenece o no a alguna de las siguientes asociaciones:



ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA SEMANA PASADA

¿Cuál fue su actividad principal la semana pasada?



Sumando "Está incapacitado permanentemente", "Otro", "NS/NC" = 100%.

ÚLTIMA OCUPACIÓN

¿Cuál es su principal ocupación en el trabajo en el que pasa usted el mayor tiempo?

Del 9% que contestó jubilado o desempleado

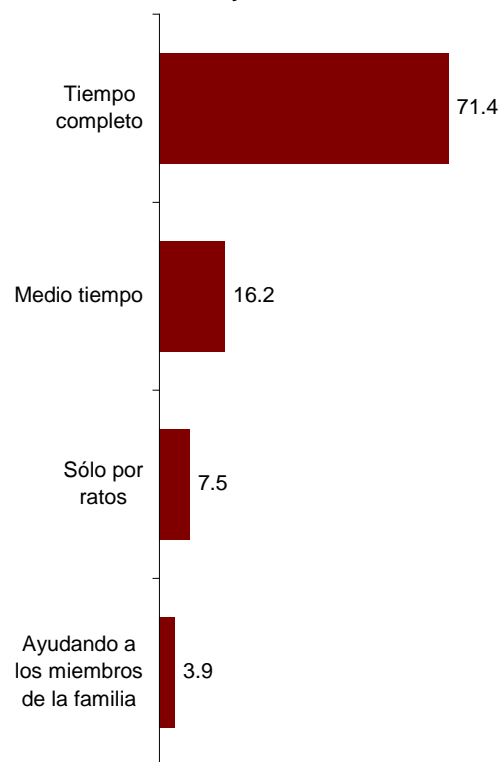


Sumando "Insuf. especif." y "Ns/Nc" = 100%

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO DEL ENCUESTADO

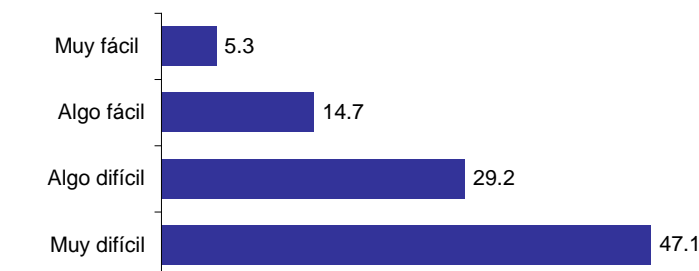
¿Trabaja de tiempo completo, de medio tiempo, sólo por ratos o ayudando a la familia?

Del 50% que contestaron trabajó, tiene trabajo pero no trabajó y no sabe no contestó



Si usted perdiera su trabajo, ¿qué tan fácil o difícil sería encontrar otro trabajo EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES? ¿Muy fácil, algo fácil, algo difícil o muy difícil?

Del 95% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Ns/Nc"=100%

¿Cuál es su principal ocupación en el trabajo en el que pasa usted el mayor tiempo?

Del 95% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Insuf. especif." y "Ns/Nc"=100%

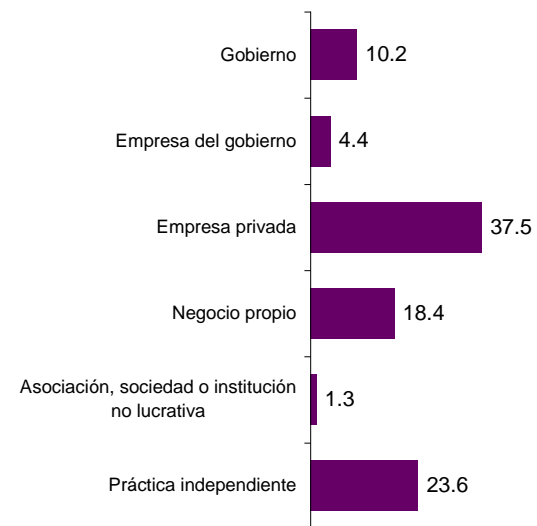
PUESTO Y ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL TRABAJO DEL ENCUESTADO

¿Y qué es usted en el lugar donde trabaja?
Del 48% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



TIPO DE INSTITUCION

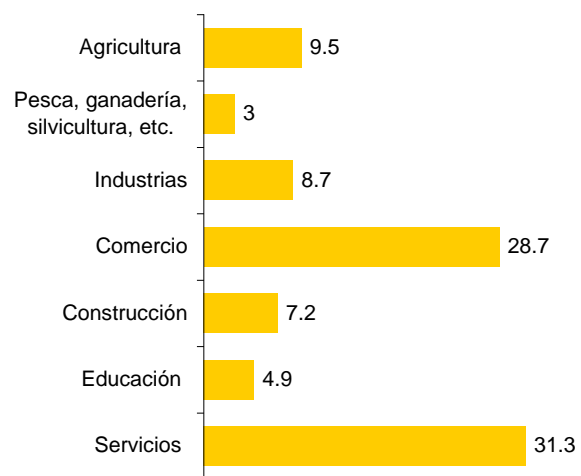
¿En qué tipo de institución, organismo, o empresa trabaja usted?



TIPO DE ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN

¿A qué tipo de actividad se dedica la institución o empresa donde usted trabaja?

Del 95% que contestó tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Ns/Nc"=100%

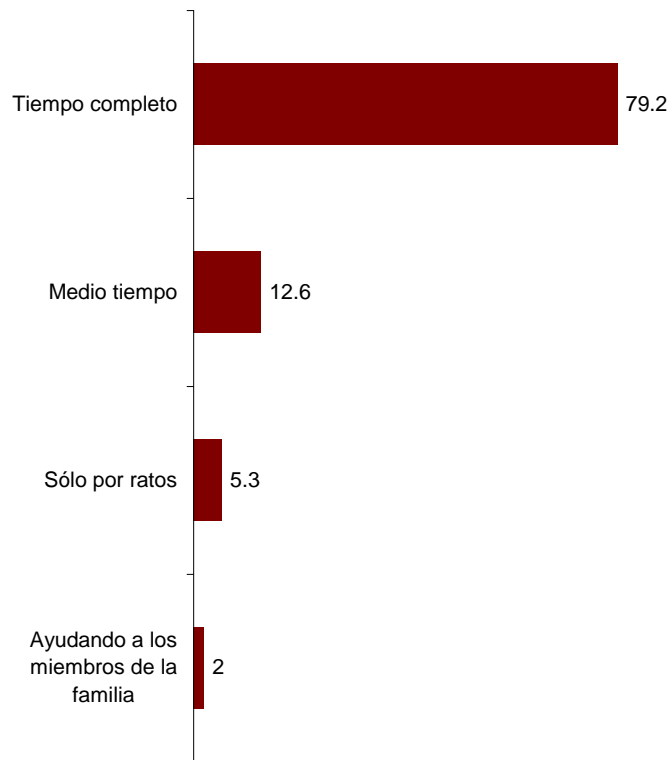
ACTIVIDAD PRINCIPAL DE LA PAREJA LA SEMANA PASADA

¿Cuál fue la actividad principal de su esposo(a) o pareja la semana pasada?



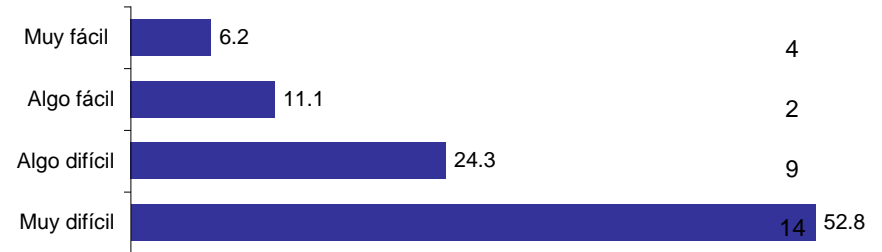
CARACTERÍSTICAS DE LA OCUPACIÓN DE LA PAREJA DEL ENTREVISTADO

¿Su esposo (a) o pareja trabaja de tiempo completo, de medio tiempo o sólo por ratos?
Del 31% que contestaron que su esposo o pareja trabajó y tiene trabajo pero no trabajó



Si su esposa(o)/pareja perdiera su trabajo, ¿qué tan fácil o difícil le sería encontrar otro trabajo EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES? ¿Muy fácil, algo fácil, algo difícil o muy difícil?

Del 92% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Ns/Nc"=100%

¿Cuál es la principal ocupación de su esposo (a) o pareja, es decir el trabajo en el que pasa el mayor tiempo?

Del 31% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



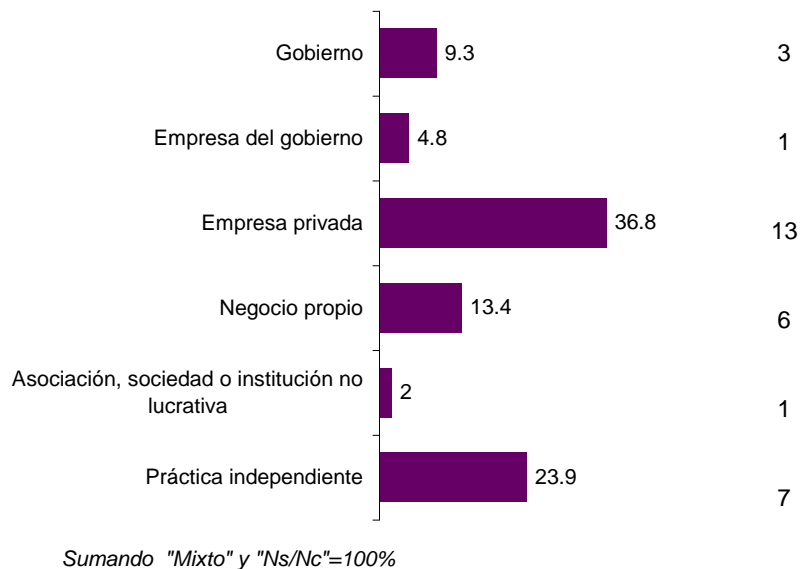
Sumando "Otros" y "Ns/Nc"=100%

CARACTERÍSTICAS DE LA OCUPACIÓN DE LA PAREJA DEL ENTREVISTADO

¿Y qué es su esposo (a) o pareja en el lugar donde trabaja?
Del 92% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo,
medio tiempo y sólo por ratos



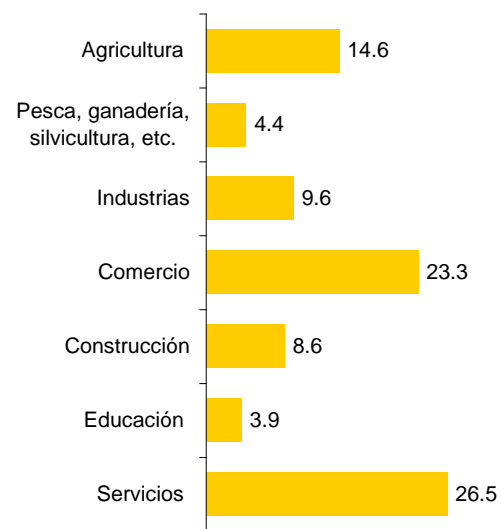
¿En qué tipo de institución, organismo o empresa trabaja su esposo (a) o pareja?
Del 92% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo,
medio tiempo y sólo por ratos



TIPO DE ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA LA PAREJA DEL ENTREVISTADO

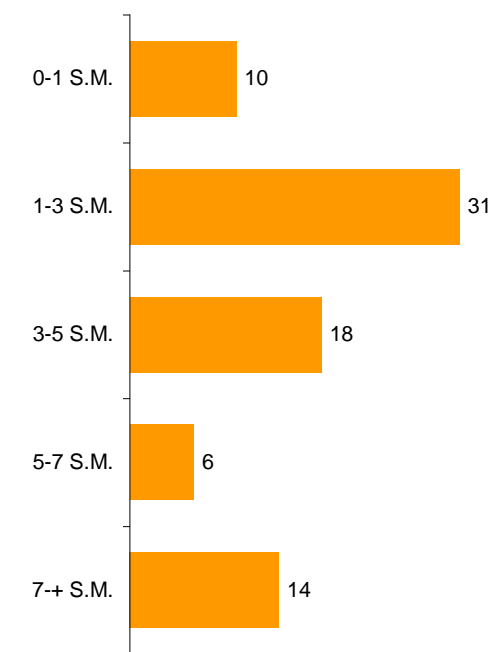
¿A qué tipo de actividad se dedica la institución o empresa donde trabaja su esposo (a) o pareja?

Del 92% que contestó que su esposo trabaja tiempo completo, medio tiempo y sólo por ratos



Sumando "Ns/Nc"=100%

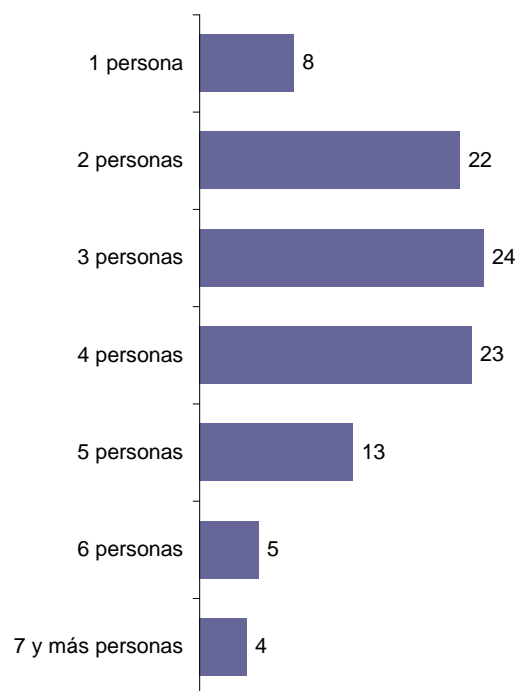
INGRESO FAMILIAR MENSUAL



Sumando "Ns/Nc"=100%

PERSONAS QUE DEPENDEN DEL INGRESO FAMILIAR

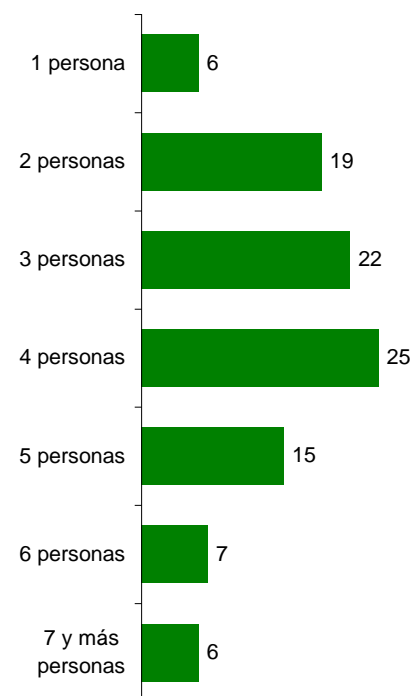
¿Cuántas personas dependen de este ingreso familiar?



Sumando "Ns/Nc"=100%

NÚMERO DE HABITANTES DEL HOGAR

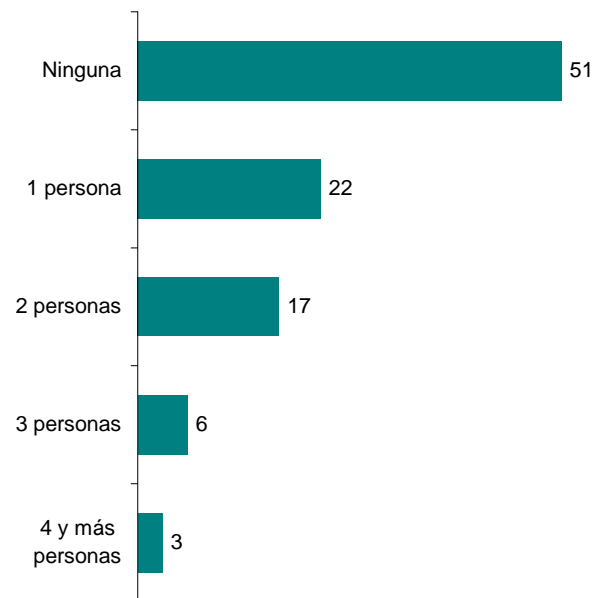
¿Cuántas personas viven en su hogar incluyéndolo a usted?



Sumando "Ns/Nc"=100%

PERSONAS MENORES DE 18 AÑOS

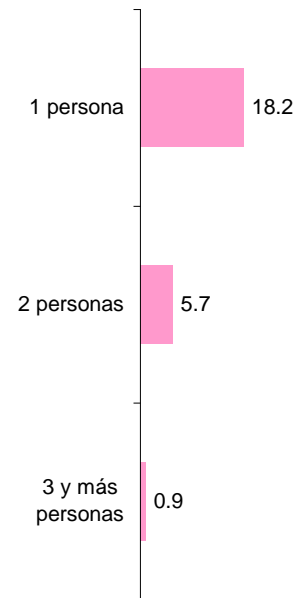
¿Cuántas personas en su hogar tienen menos de 18 años?



Sumando "Ns/Nc"=100%

PERSONAS MENORES DE 6 AÑOS

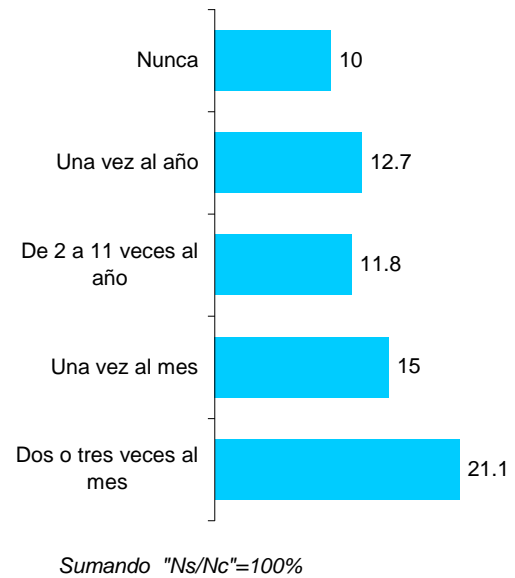
¿Cuántas personas en su hogar tienen menos de 6 años?



Sumando "Ns/Nc"=100%

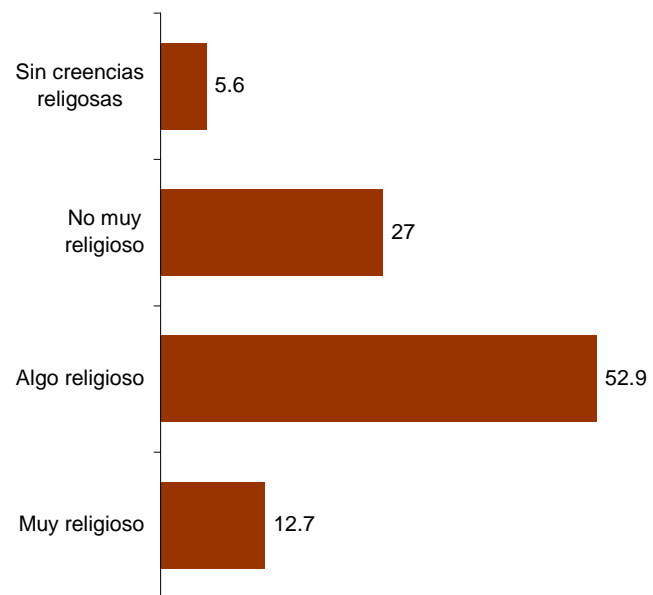
FRECUENCIA CON LA QUE ASISTE A LA IGLESIA

¿Con qué frecuencia asiste usted a la iglesia o al templo sin contar ocasiones especiales como bodas y funerales?



GRADO DE RELIGIOSIDAD

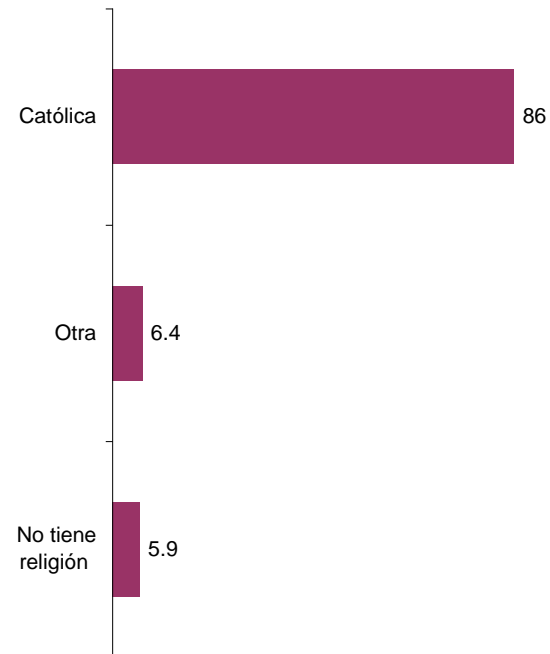
¿Cómo considera su grado de religiosidad?



Sumando "Ns/Nc"=100%

RELIGIÓN

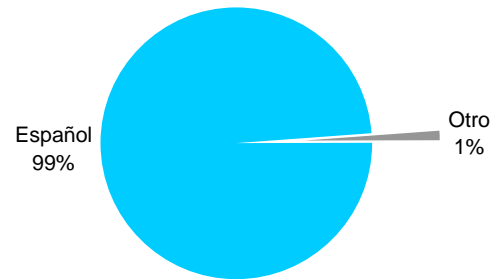
¿Me podría decir actualmente cuál es su religión?



Sumando "Nc"=100%

IDIOMA QUE HABLA

¿Qué idioma habla usualmente en su hogar?



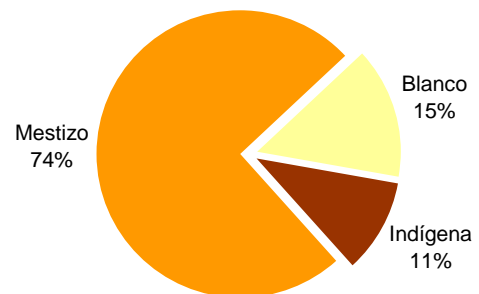
LENGUA INDÍGENA

¿Habla usted alguna lengua indígena?



GRUPOS IDENTITARIOS

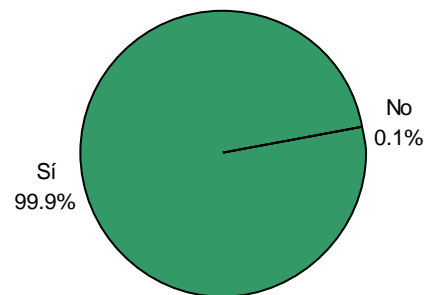
¿Cómo se considera usted: indígena, mestizo, blanco, o de otro grupo?



Sumando "Nc"=100%

PAÍS DE NACIMIENTO

¿En qué país nació usted?



AÑO EN QUE SE ESTABLECÓ EN MÉXICO

De las 3 personas que dijeron que no habían nacido en México, dijeron que se establecieron en el año:

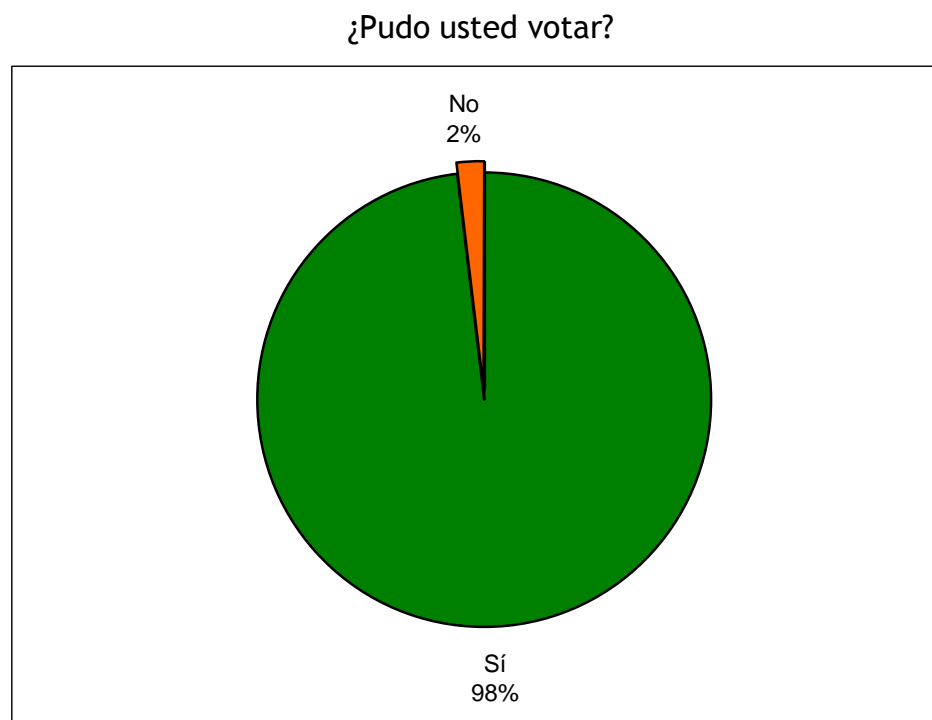
- 2000
- 2005
- 2009

XIV. ANEXO GRÁFICO DEL ESTUDIO DE VOTANTES Y FUNCIONARIOS DE CASILLA

1. *Votantes*

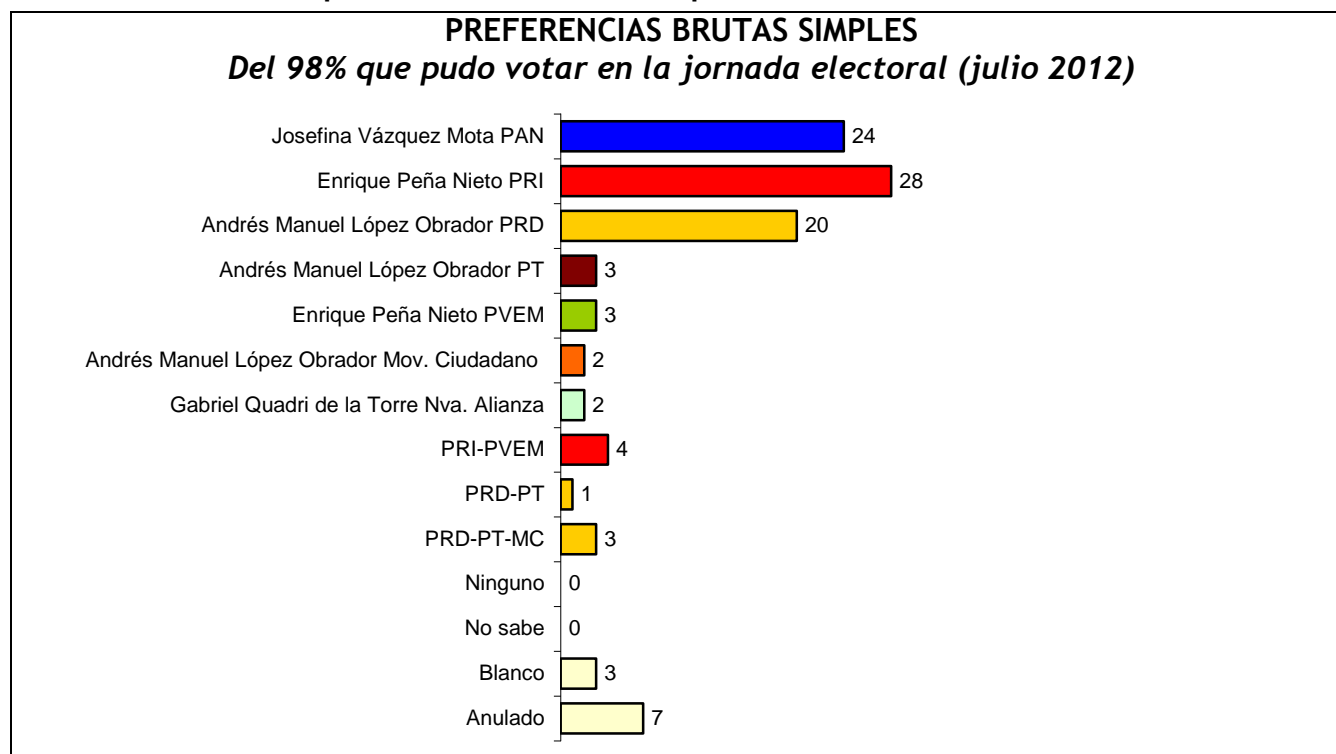
1.1. Módulo de preferencia electoral

1.1.1. Posibilidad de ejercer el voto

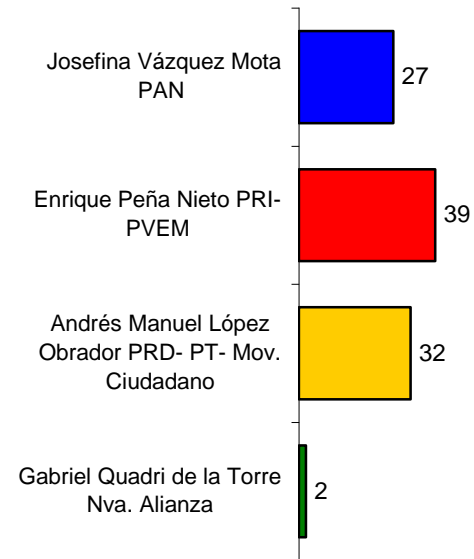
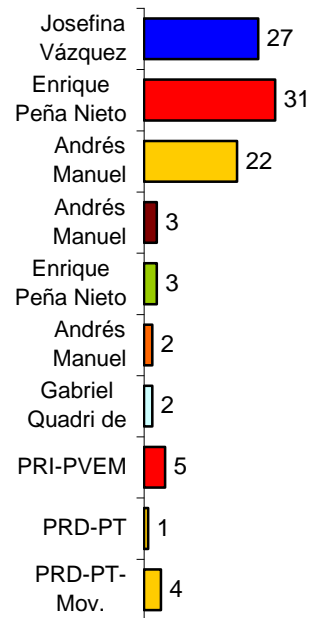


Del 2% que dijo no haber podido votar, se mencionó marginalmente “no aparece en la lista nominal” y “no tiene credencial para votar”

1.1.2. Preferencia electoral para Presidente de la República

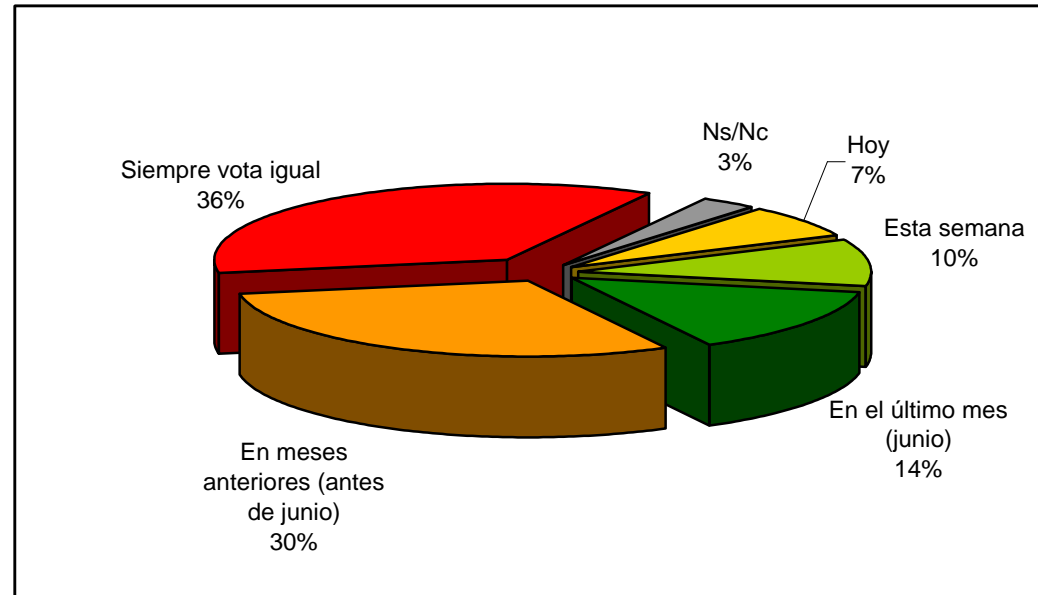


PREFERENCIAS EFECTIVAS
(Se calcula eliminando a quienes no cuentan en lo absoluto con alguna preferencia)
DESAGREGADAS POR PARTIDO **AGREGADAS POR COALICIÓN**



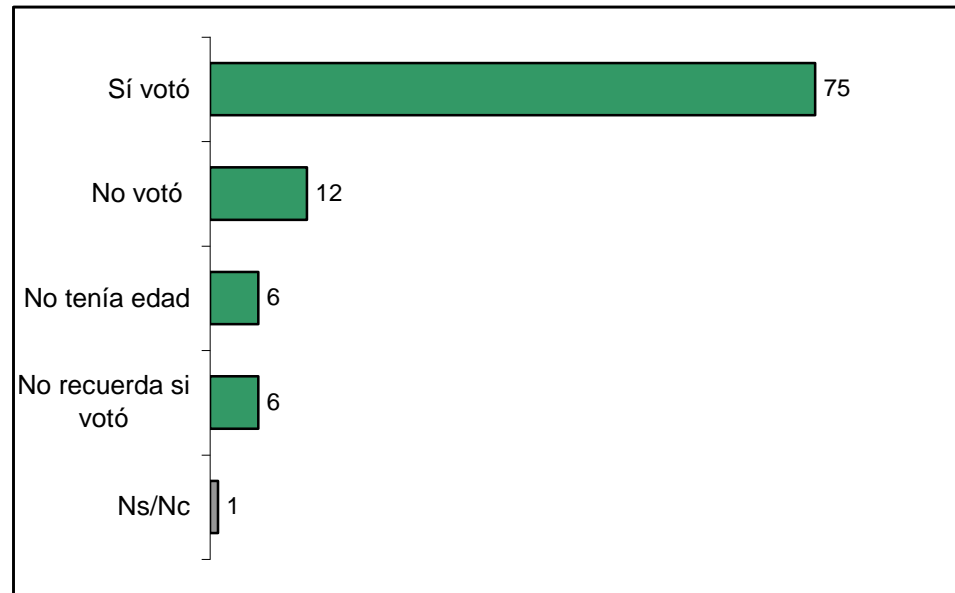
1.1.3. Momento de la decisión del voto

Para la elección de Presidente, ¿desde hace cuánto tiempo decidió usted votar por el partido que escogió hoy? (%)



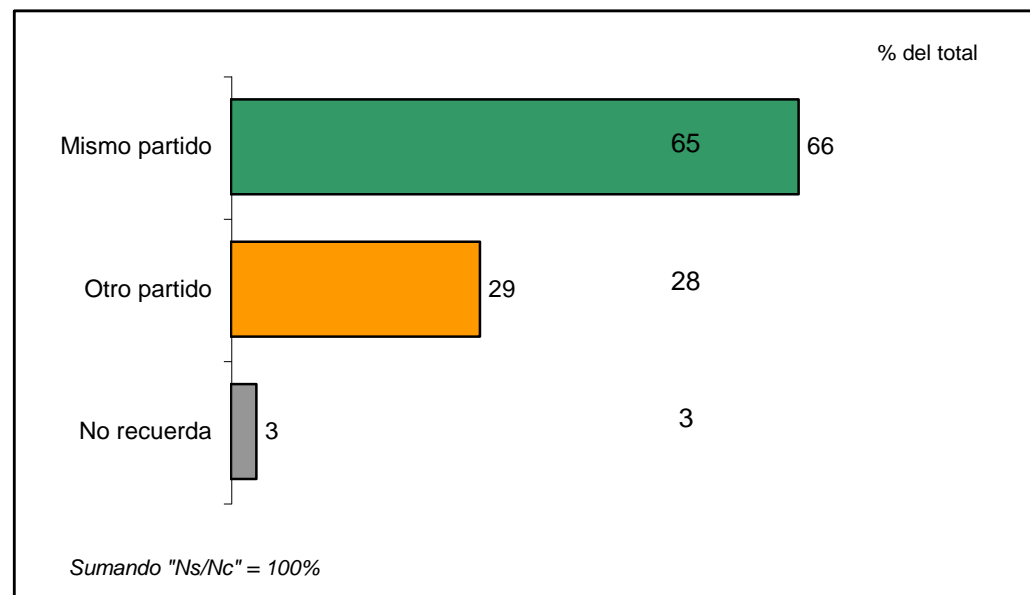
1.1.4. Voto retrospectivo

Mucha gente no votó en las elecciones para elegir diputados federales de julio del 2009 por diversas razones, como enfermedad, falta de tiempo, o interés. En caso de que usted no haya podido votar, ¿cuál fue la razón por la que usted no pudo hacerlo? (%)



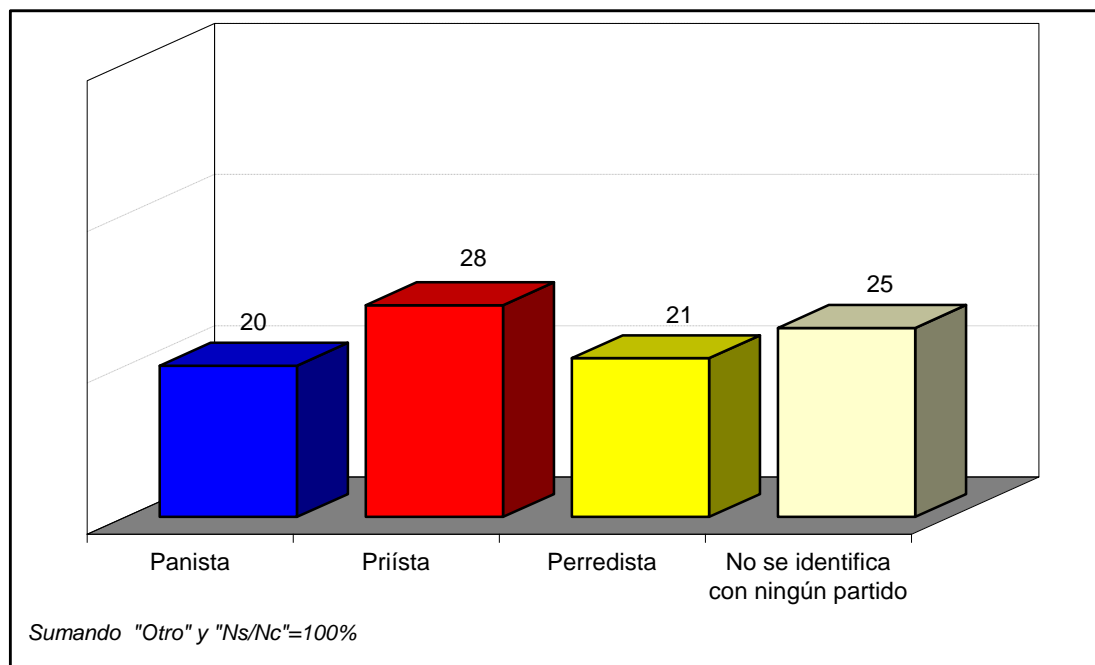
1.1.5. Volatilidad del votante

¿Votó usted por el mismo partido que hoy o esta vez votó por otro partido? (%)
Del 98% que dijo haber podido votar



1.1.6. Identidad partidista

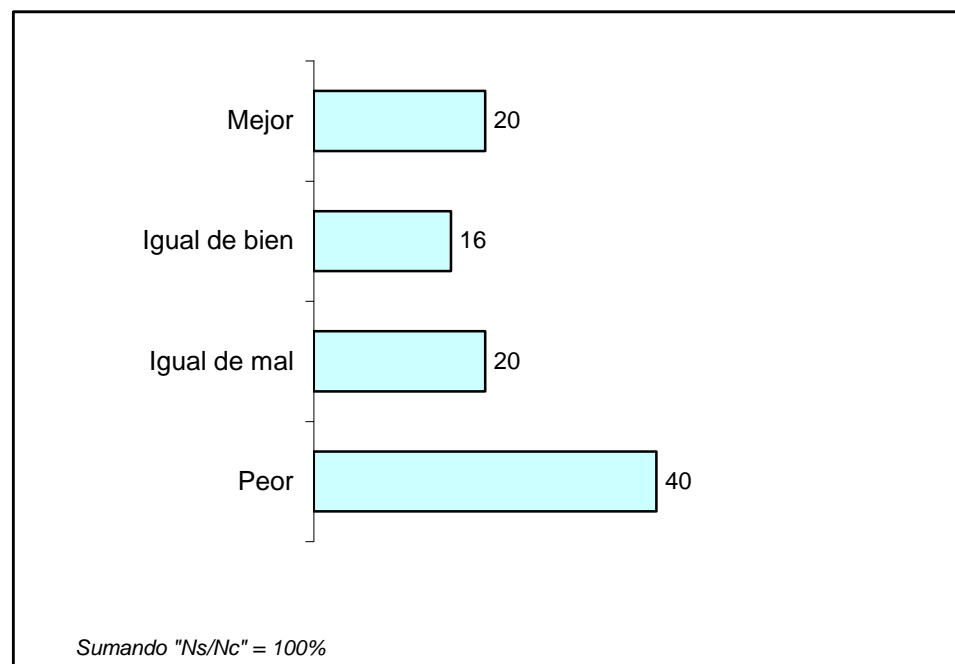
Independientemente del partido por el cual usted vota,
¿normalmente se considera panista, priísta o perredista? (%)



1.2. Módulo de la situación general del país

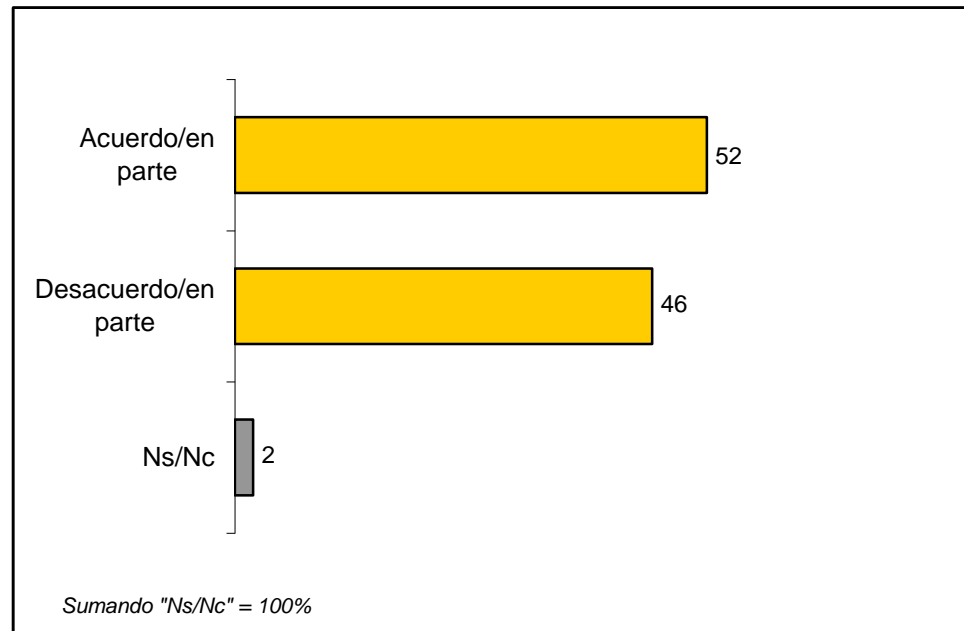
1.2.1. Situación actual del país

Comparada con hace un año (julio de 2011 a julio de 2012), cómo diría que está actualmente la situación del país, ¿mejor o peor? (%)



1.2.2. Acuerdo con la forma de gobernar

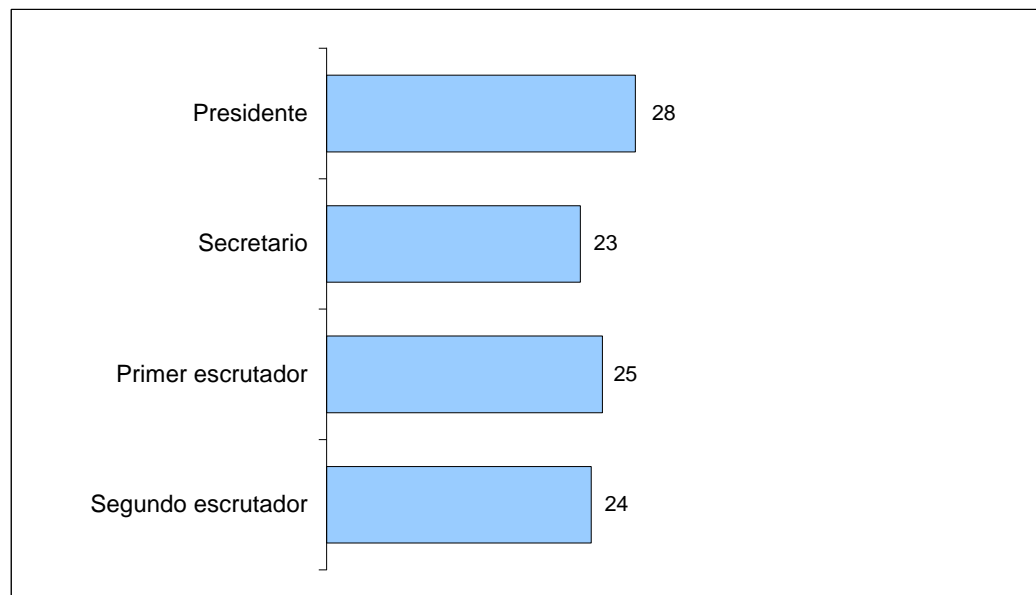
En general, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con la manera en que está gobernando el país el presidente Felipe Calderón? (%)



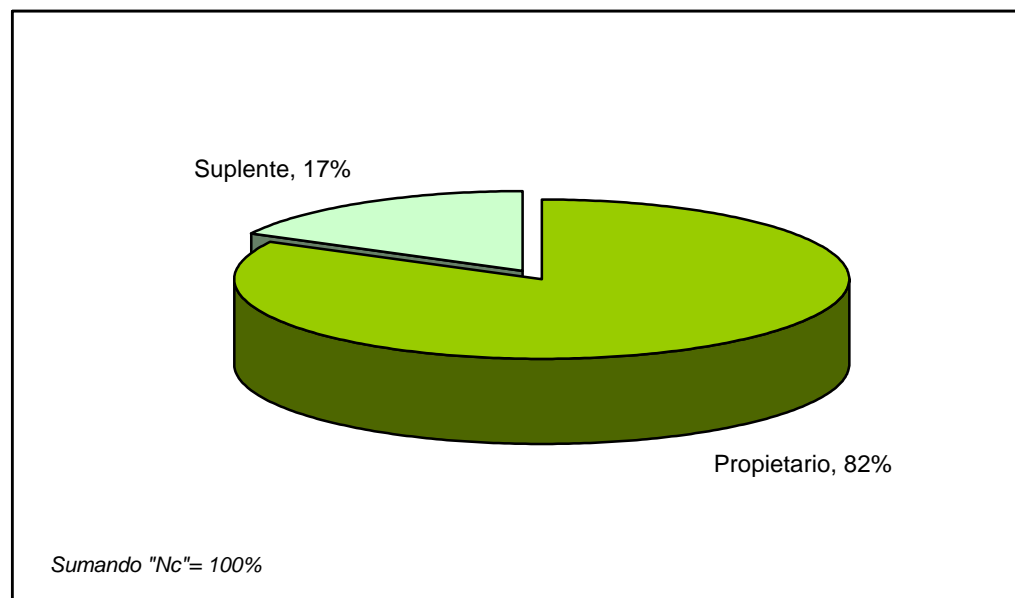
2. Funcionarios

2.1. Características del funcionario

¿Cuál es su función en la casilla? (%)

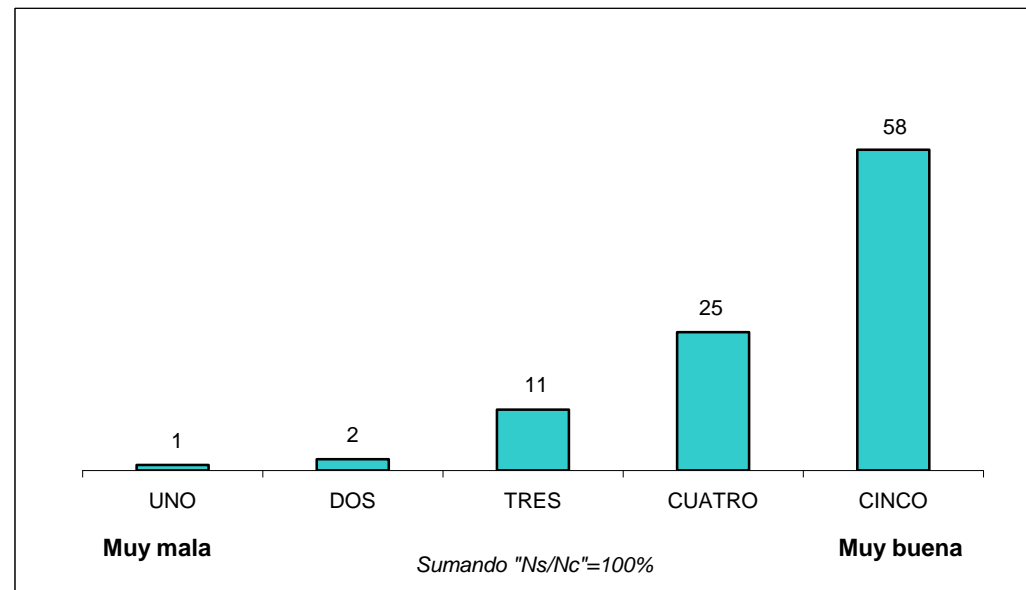


¿Usted es el propietario de esta función dentro de la casilla
o está participando como suplente de otra persona? (%)

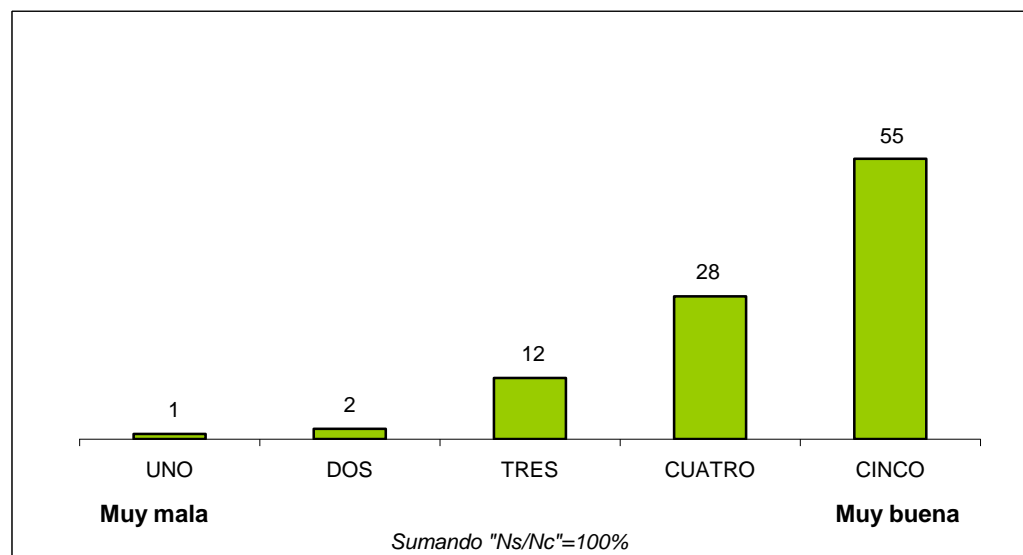


2.2. Opinión sobre la capacitación del IFE

Del 1 al 5, donde 1 significa muy mala y 5 muy buena, ¿cómo calificaría la capacitación que recibió del IFE para ser funcionario electoral? (%)

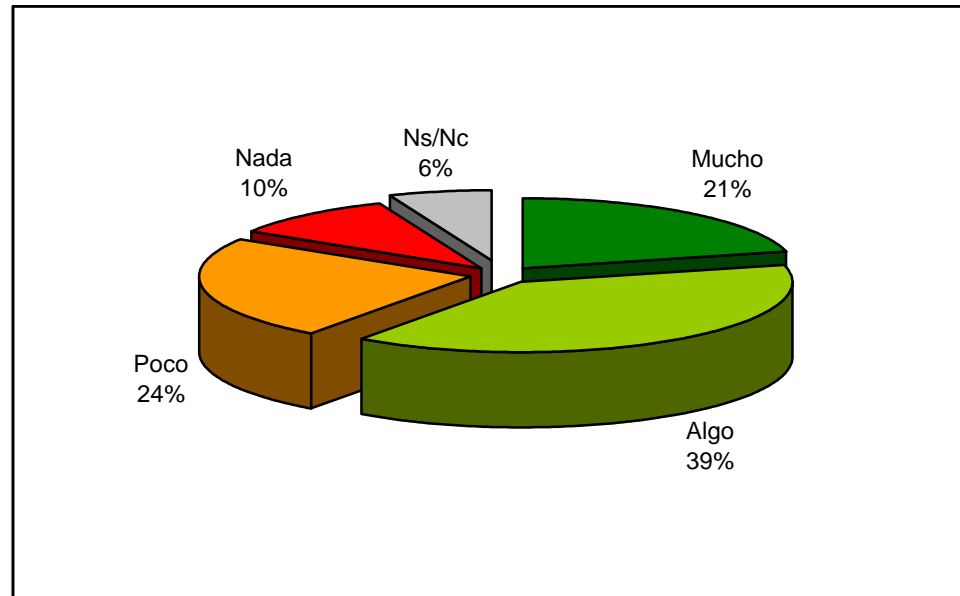


Del 1 al 5, donde 1 significa muy mala y 5 muy buena, ¿cómo calificaría todas las interacciones que ha tenido con el IFE para participar como funcionario de casilla? (%)



2.3. *Orgullo de vivir bajo el sistema político mexicano*

¿Qué tan orgulloso se siente de vivir bajo el sistema político mexicano? (%)

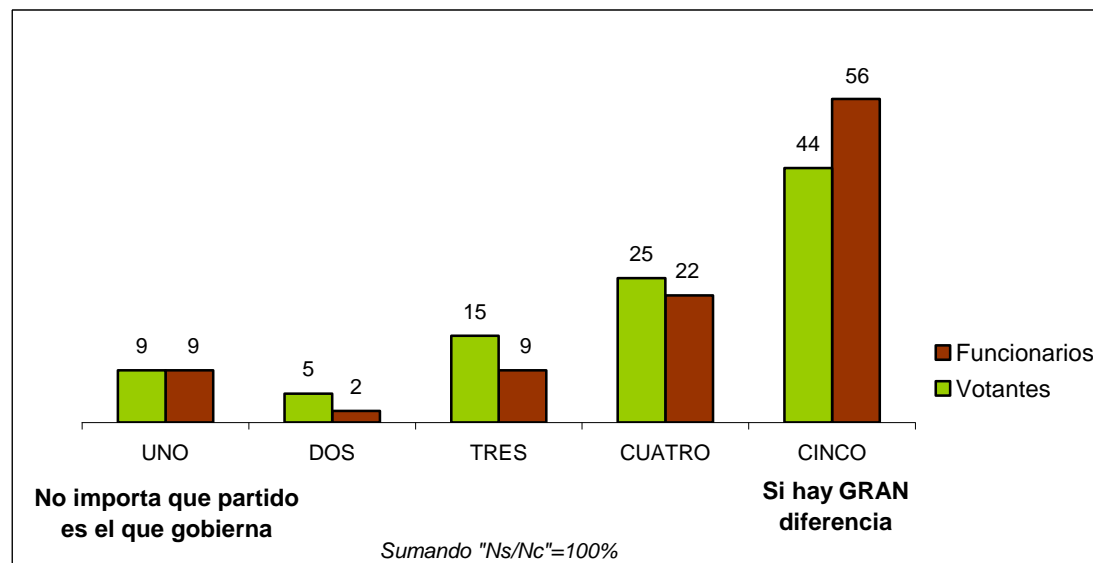


3. Votantes y funcionarios

3.1. Eficacia Política

3.1.1. Importa qué partido político está gobernando el país

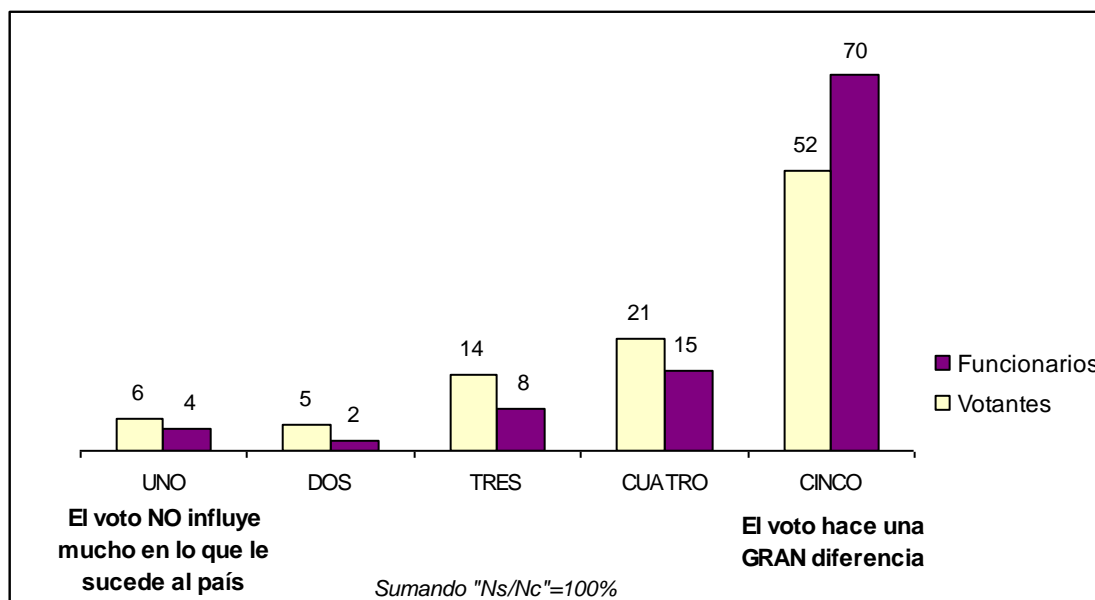
Algunas personas dicen que sí importa cuál partido es el que gobierna. Otras personas dicen que realmente no importa cuál partido es el que gobierna. Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde uno significa que no importa qué partido es el que gobierna y cinco significa que si hay gran diferencia, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa? (%)



3.1.2. El voto influye

Algunas personas piensan que, independientemente de por quién se vote, el voto no influye en lo que sucede en el país. Otras personas consideran al contrario que por quien se vote sí influye en lo que sucede en el país.

Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde uno significa que el voto no influye mucho en lo que le sucede al país y cinco que el voto hace una gran diferencia, ¿dónde ubicaría lo que usted piensa? (%)

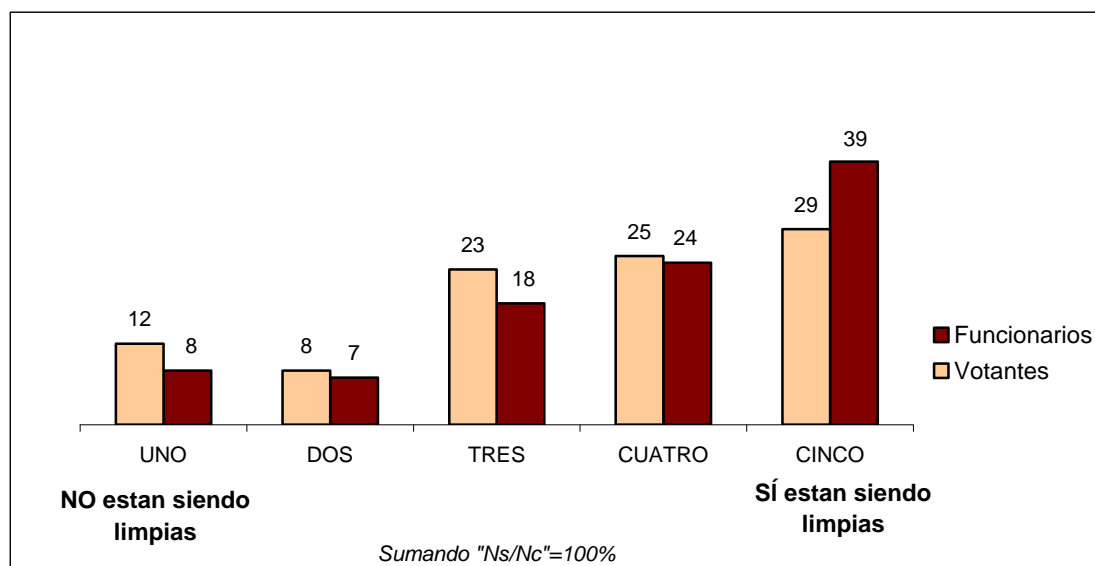


3.1.3. Elecciones limpias

En algunos países, la gente piensa que sus elecciones son limpias.

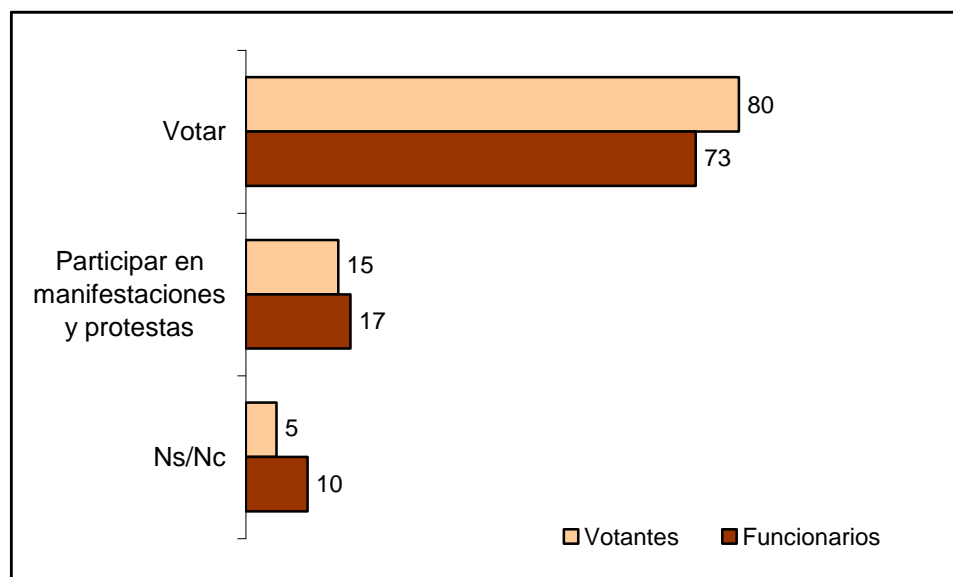
En otros países, la gente piensa que sus elecciones no son limpias.

Usando la escala que aparece en esta tarjeta, donde uno significa que estas elecciones no están siendo limpias y cinco que las elecciones si están siendo limpias, ¿dónde ubicaría usted estas elecciones del 1 de julio? (%)



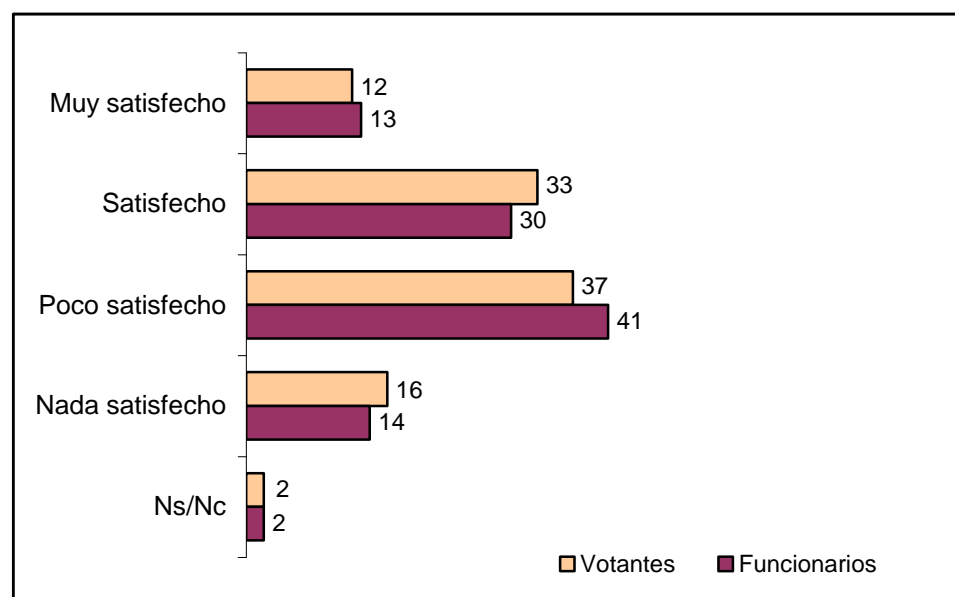
3.1.4. Mejor método para atender demandas ciudadanas

Con lo que usted ha visto en México, ¿qué es lo que ha sido más útil para que el gobierno tome decisiones que atiendan las demandas de los ciudadanos? (%)



3.1.5. Satisfacción con la democracia

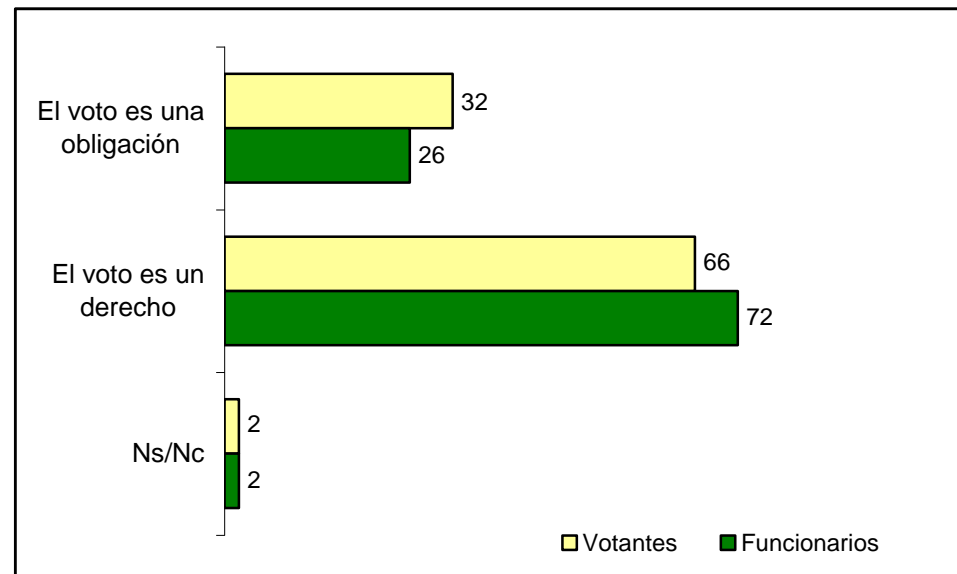
En general, ¿está usted muy satisfecho, satisfecho, poco satisfecho o nada satisfecho con la forma como funciona la democracia en México?



3.2. Sentimientos cívicos

3.2.1. Voto como obligación

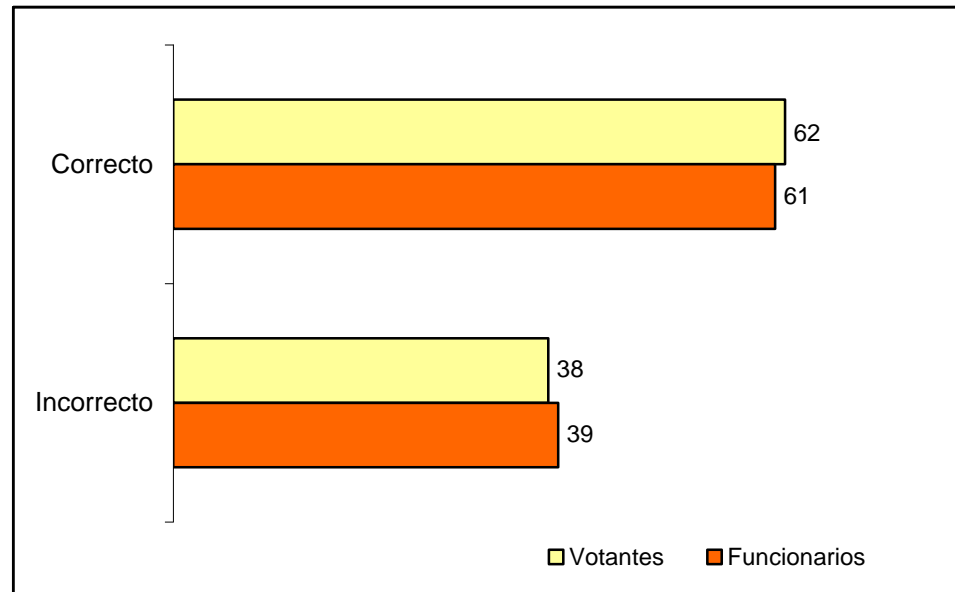
Algunas personas consideran que votar es una obligación de todos los ciudadanos, por lo que debemos de votar en todas las elecciones. Otros consideran que es un derecho y cada persona es libre de decidir si va a ir a votar o no.
Para usted, ¿ir a votar es principalmente una obligación o un derecho? (%)



3.3. Módulo de Índice de Información Política

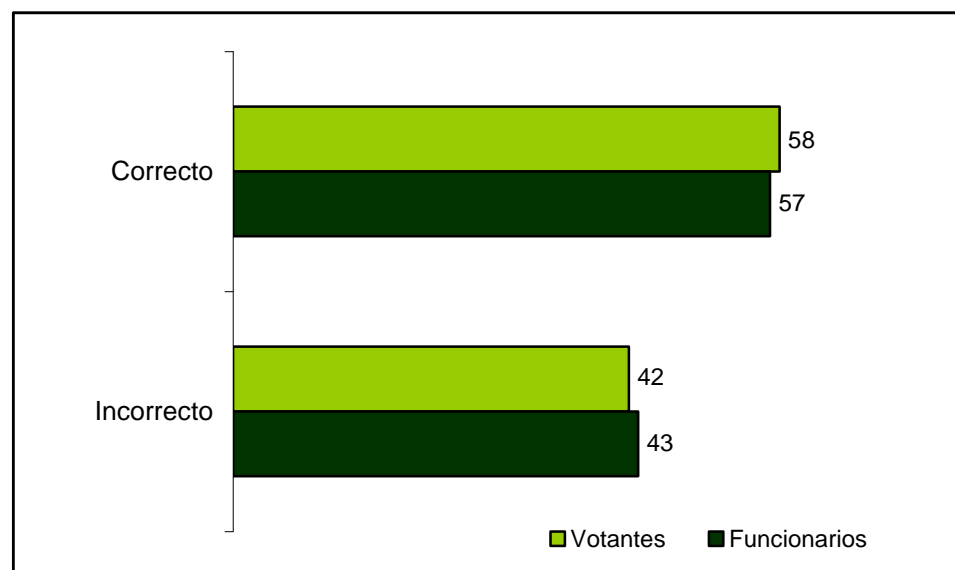
3.3.1. Cámaras que tiene el Congreso de México

Con lo que usted sabe, ¿cuáles son las cámaras que tiene el Congreso de México? (%)



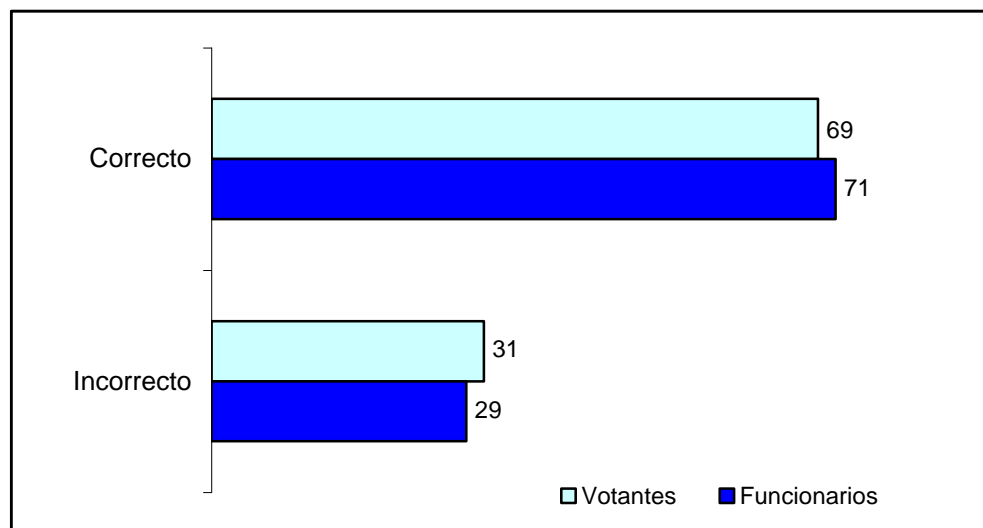
3.3.2. Años que dura un diputado en su cargo

En general, ¿cuántos años dura un diputado en su cargo (puesto)? (%)

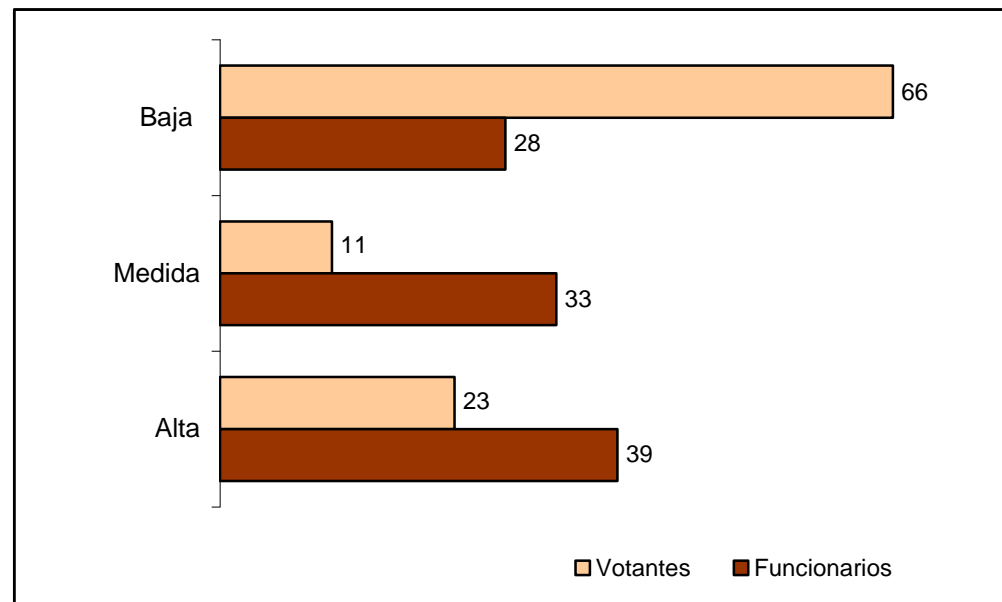


3.3.3. *Nombre del actual gobernador de su estado*

Por favor, ¿me puede decir el nombre del actual gobernador de su estado/ Jefe de Gobierno del Distrito Federal? (%)



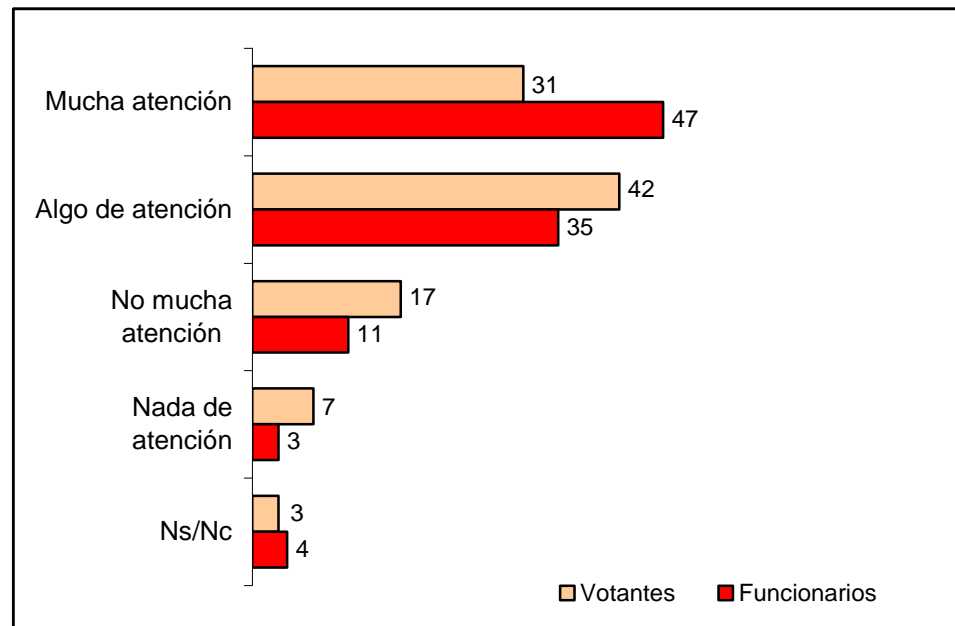
3.3.4. Índice de información política



3.4. Interés en la política

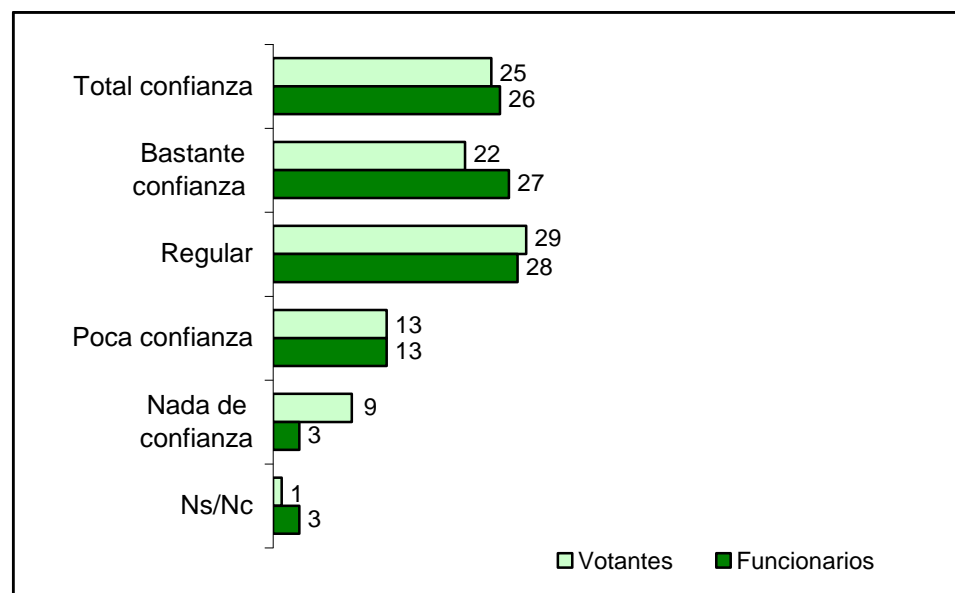
3.4.1. Seguimiento de la campaña electoral

¿Usted siguió la campaña electoral con...? (%)



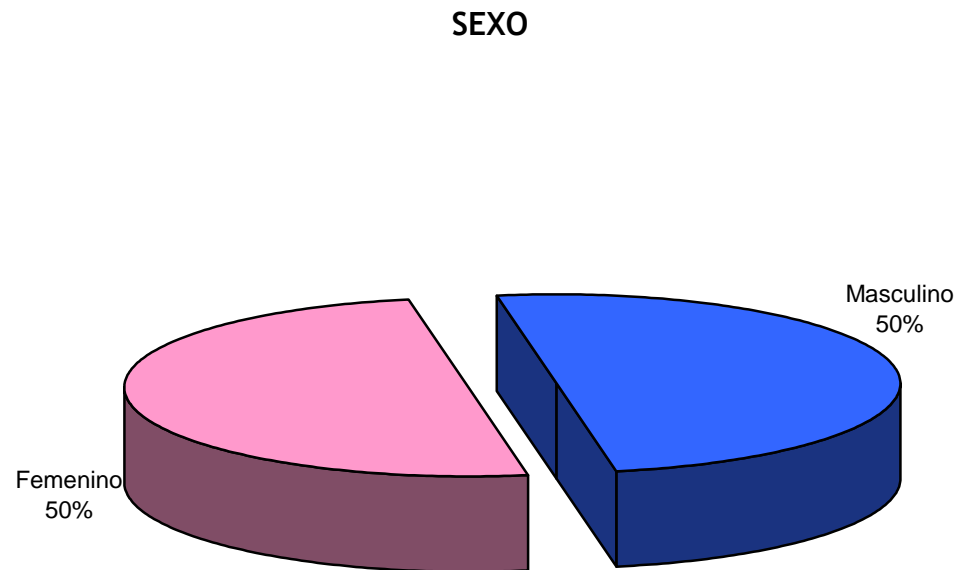
3.5. Confianza en el IFE

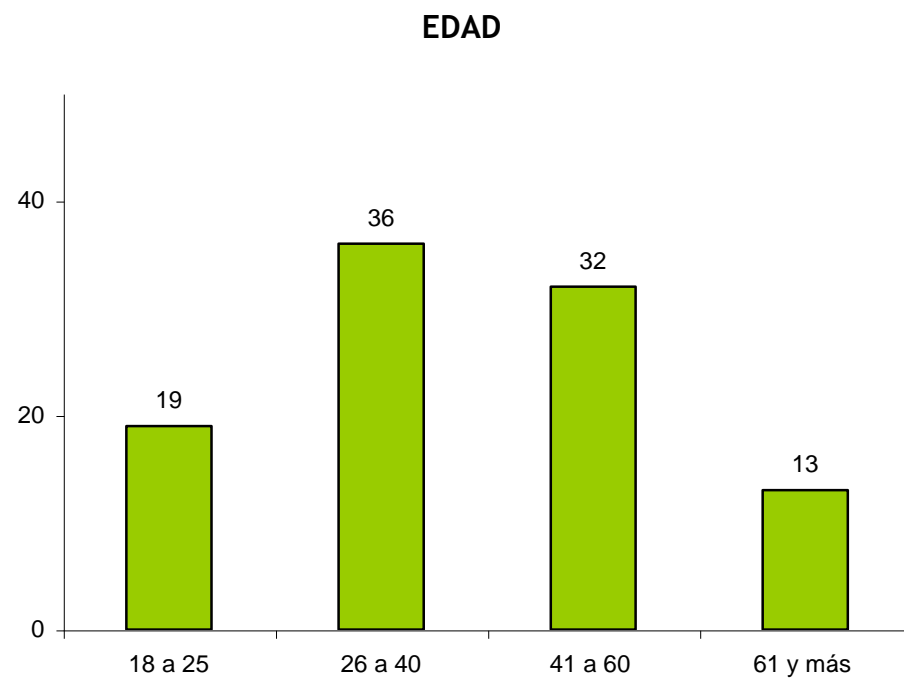
¿Qué tanta confianza tiene usted en el IFE: total, bastante, poca o nada de confianza? (%)



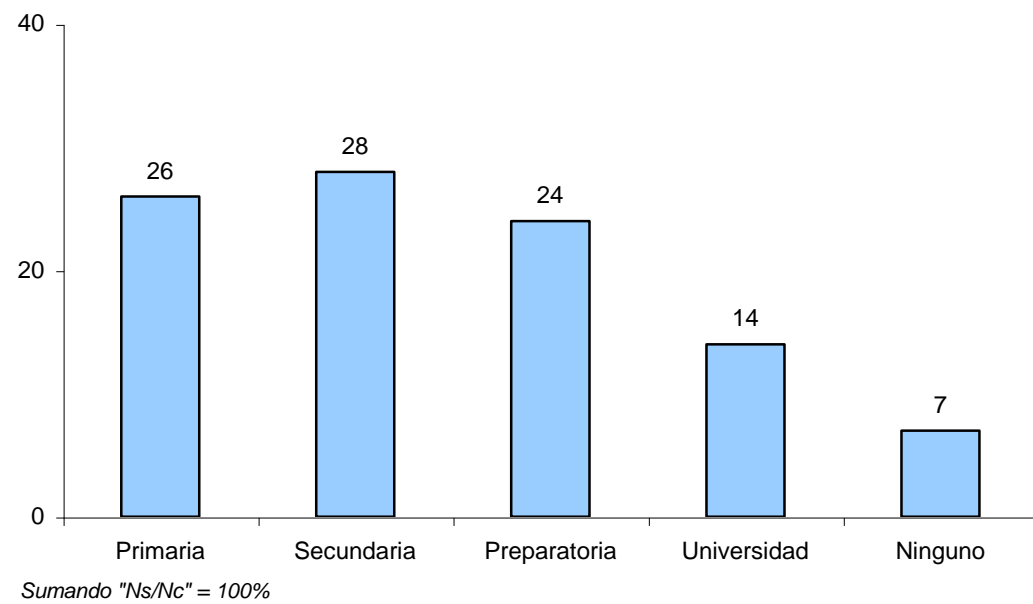
4. Socioeconómicos (Votantes)

4.1. Generales

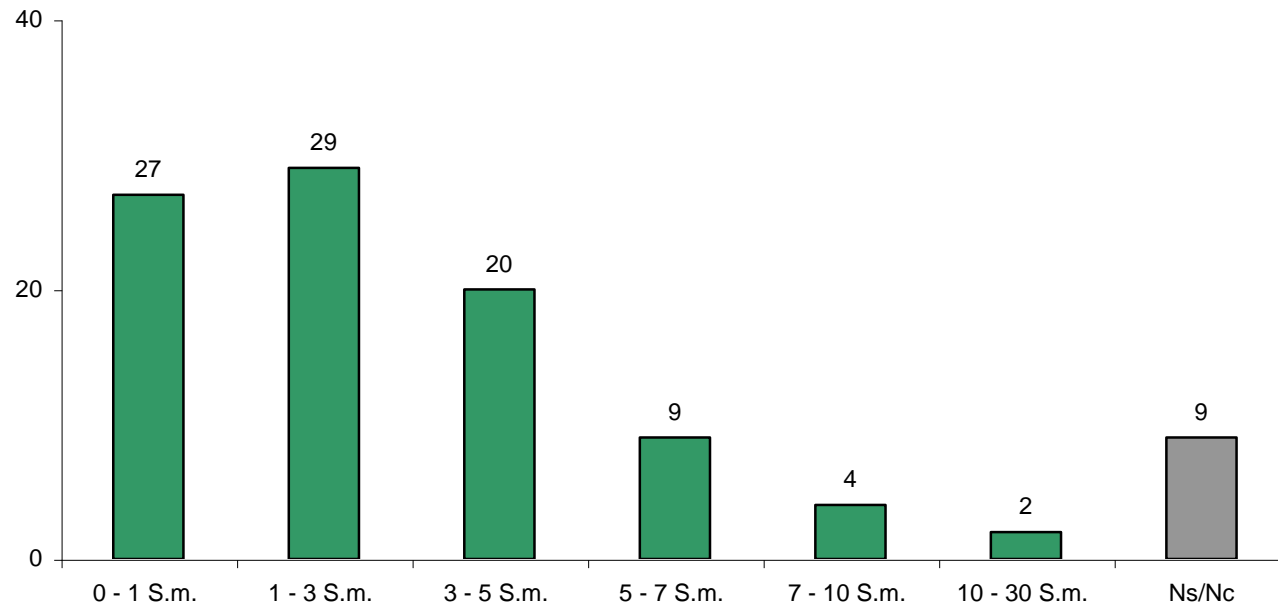




ESCOLARIDAD

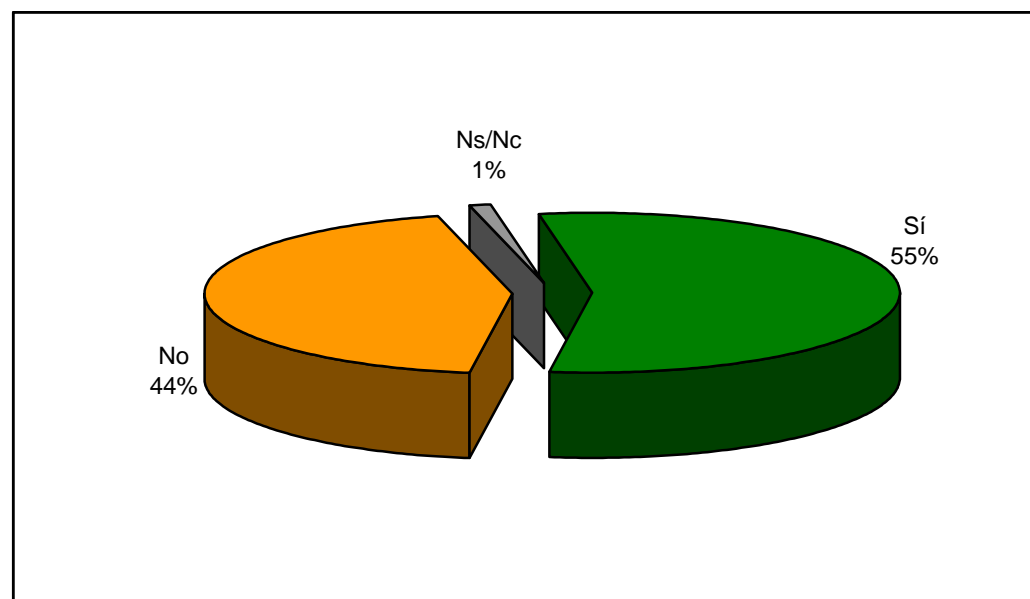


INGRESO

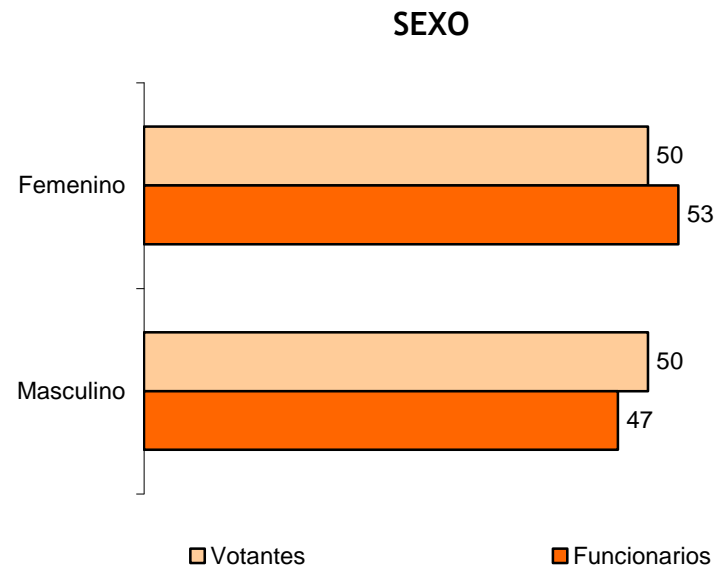


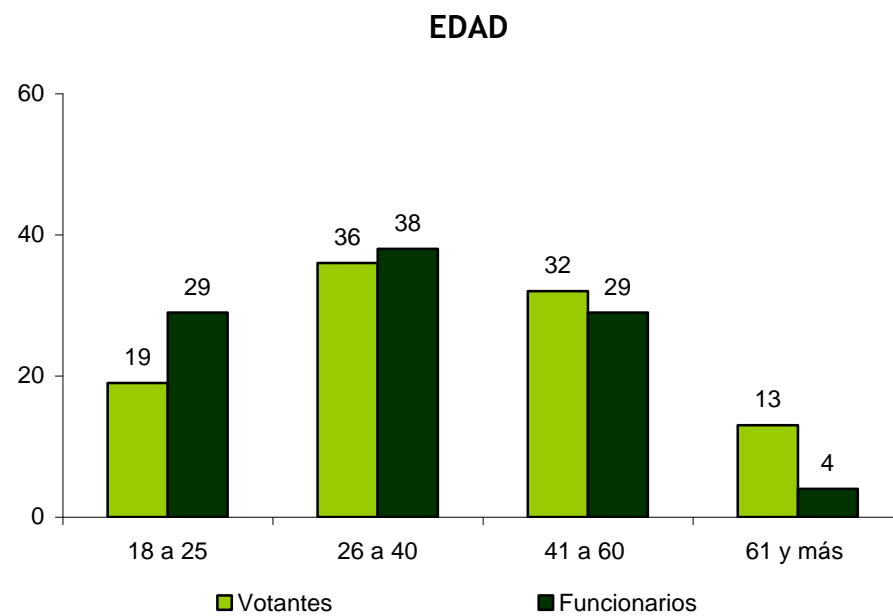
S.m.= "Salario mínimo"

Como usted sabe, hay dos clases de teléfonos: los teléfonos fijos y los teléfonos celulares ¿Tiene usted teléfono fijo en su vivienda? (%)

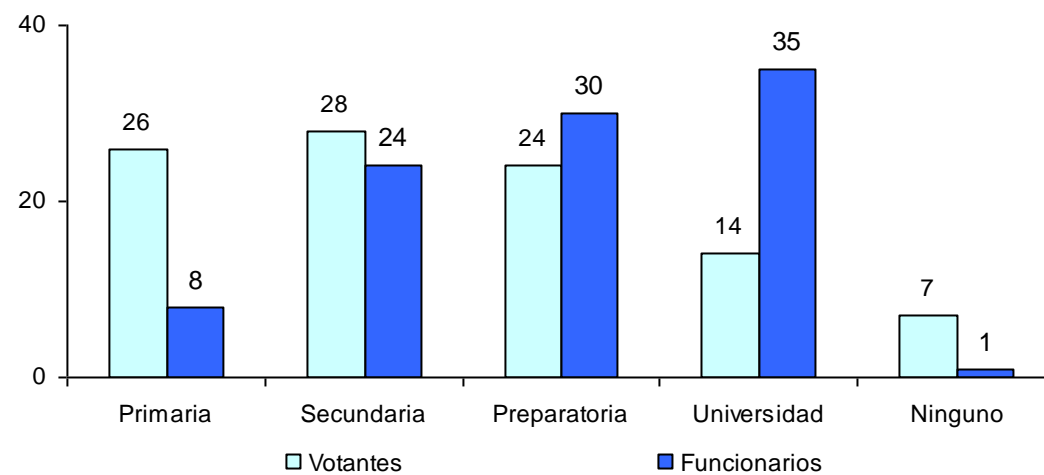


5. Socioeconómico votantes y funcionarios





ESCOLARIDAD



Sumando "Ns/Nc" = 100%

INGRESO

