



POSICIONAMIENTO Y VALOR DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS AL FINAL DEL SEXENIO DE FOX

POSICIONAMIENTO Y VALOR DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS AL FINAL DEL SEXENIO DE FOX

Por: Roy Campos / **CONSULTA MITOFSKY**

La elección del 2 de julio de 2006, sus resultados y el comportamiento de los actores políticos durante el conflicto postelectoral dieron lugar a una nueva situación en las percepciones, las opiniones y los sentimientos hacia los partidos políticos conforman el estado actual del “posicionamiento y el valor de partido”. En este reporte se presentan los resultados de una encuesta de opinión realizada en las viviendas del país y que desglosan varias de las medidas clásicas de posicionamiento, además, se generaron 6 nuevos índices, que se presentan al final de este reporte como una propuesta para dar seguimiento al valor y potencial de un partido político. Cabe aclarar que los presentes índices no pretenden ser una medida coyuntural, no mide las posibilidades de triunfo y no contempla el efecto de candidaturas o campañas en cada plaza.

I.- REPARTO DEL PODER

- Más allá de las percepciones, los resultados electorales muestran que el PRI gobierna 17 estados; 55 por ciento de los ciudadanos; posee el gobierno en 18 capitales estatales, sin embargo a partir de este año deja de ser mayoría en las cámaras y sólo posee 104 de los 500 diputados federales y 33 de las 128 senadurías. En la última elección para diputados federales el 16% del total de los ciudadanos le dio su voto, cifra nada despreciable.
- El PRD gobierna sólo 5 entidades, sin embargo debido al peso del Distrito Federal, acumula en ellas al 21 por ciento del total de los ciudadanos; sólo gobierna 2 capitales (Zacatecas y La Paz) pero este 2006 lo instaló como la segunda fuerza electoral con el 17 por ciento del total de los ciudadanos que votaron por él lo que lo llevó a tener 123 diputados y 29 senadores.

- El PAN, que hoy es la primera fuerza política del país, logró los votos del 19 por ciento de los ciudadanos y con ello se hizo de la bancada más grande en las 2 cámaras.



REPARTO DEL PODER						
	ENTIDADES GOBERNADAS (*)	% DE CIUDADANOS GOBERNADOS (POR ENTIDAD)	CAPITALES GOBERNADAS	DIPUTADOS FEDERALES	SENADORES	DISTRIBUCIÓN DEL VOTO ÚLTIMA ELECCIÓN DE DIPUTADO % CON RESPECTO A LISTADO NOMINAL
	9	23.3	11	206	52	19.4%
	17	55.4	18	104	33	16.4%
	6	21.3	2	123	29	16.8%
	0	0	0	17	6	ND
	0	0	0	19	2	ND
	0	0	0	18	5	ND
	0	0	0	9	1	2.6%
	0	0	0	4	0	1.2%
TOTAL	32	100.0	31	500	128	56.4%

(*) Se obvian alianzas



II.- POSICIONAMIENTO E IDENTIDAD

- En forma espontánea prácticamente todos los ciudadanos conocen el nombre de los 3 principales partidos, destacando que el PAN ha desplazado al PRI como primera mención (Top Of Mind).
- Del resto de los partidos, el PT y el PVEM son mencionados por 6 de cada 10 ciudadanos; Convergencia por 4 de cada 10; Nueva Alianza por 3 y Partido Alternativa por 2 de cada 10. estos valores suben en forma importante cuando se les ayuda a los ciudadanos a recordar a los partidos, todos ellos pasan del 60 por ciento.

	POSICIONAMIENTO E IDENTIDAD RECORDACIÓN ESPONTÁNEA		RECORDACIÓN CON AYUDA
	PRIMERA MENCIÓN (TOP OF MIND)	TOTAL DE MENCIONES (SHARE OF MIND)	
	39.0	98.2	99.6
	35.8	97.2	99.4
	19.6	96.6	98.9
	2.4	58.7	83.5
	1.8	59.7	83.3
	0.8	39.9	71.8
	0.3	31.5	69.2
	0.1	21.6	63.6

- En el análisis por segmentos poblacionales podemos observar que el posicionamiento del PAN es alto en todos los grupos aunque existen aún algunos como los mayores de 50 años o los que viven en el sur del país donde el PRI aún mantiene el Top Of Mind.

**SEXO**

Hombre	39.6	35.3	19.5	2.2	2.0	0.9	0.2	0.0
Mujer	38.4	36.3	19.7	2.5	1.6	0.8	0.4	0.2

EDAD

De 18 a 29 años	39.8	34.4	19.5	2.9	1.6	1.3	0.2	0.2
De 30 a 49 años	39.7	36.0	19.4	2.5	1.2	0.5	0.3	0.0
De 50 y más	36.3	37.8	20.2	1.3	3.3	0.6	0.3	0.0

ESCOLARIDAD

Primaria	37.9	35.8	20.7	2.0	2.5	0.5	0.2	0.0
Secundaria	39.4	37.4	17.9	2.5	2.1	0.5	0.3	0.0
Preparatoria	37.7	34.5	21.4	2.9	1.9	1.1	0.3	0.0
Univ. y más	41.8	35.4	17.8	2.2	0.0	1.8	0.5	0.5

REGIÓN

Norte	50.0	34.3	9.1	3.7	2.0	0.9	0.0	0.0
Centro	36.6	34.4	23.2	1.8	2.2	0.7	0.5	0.2
Sur	38.4	38.3	18.3	2.7	1.2	0.9	0.0	0.0

LOCALIDAD

Urbano	38.7	36.8	19.3	2.4	1.5	0.7	0.3	0.1
Rural	40.2	31.9	21.1	2.3	3.1	1.4	0.0	0.0
Todos	39.0	35.8	19.6	2.4	1.8	0.8	0.3	0.1



**SEXO**

Hombre	98.2	97.5	96.4	60.0	59.7	41.9	31.8	22.5
Mujer	98.1	96.9	96.7	57.5	59.8	38.2	31.2	20.7

EDAD

De 18 a 29 años	98.0	98.7	96.8	59.7	60.7	42.3	32.2	20.7
De 30 a 49 años	98.1	96.3	96.3	58.2	60.0	39.7	30.5	22.1
De 50 y más	98.4	96.2	96.6	57.9	57.8	36.6	32.3	22.1

ESCOLARIDAD

Primaria	98.0	96.6	97.1	56.4	63.4	39.1	33.8	22.3
Secundaria	97.7	96.7	97.4	59.5	56.4	39.6	29.8	19.7
Preparatoria	98.8	98.3	95.6	60.2	60.1	42.0	31.8	23.7
Univ. y más	98.2	97.7	95.2	59.4	59.4	39.7	30.5	21.0

REGIÓN









Norte	99.3	97.4	97.9	59.2	57.9	32.5	27.5	21.6
Centro	98.2	98.1	97.3	58.9	63.1	41.7	30.7	20.3
Sur	97.7	95.8	95.2	58.3	55.7	40.1	34.0	23.4

LOCALIDAD

Urbano	97.9	97.1	96.2	57.8	58.6	38.6	31.5	21.5
Rural	99.0	97.6	98.1	62.6	64.6	45.8	31.6	22.0
Todos	98.2	97.2	96.6	58.7	59.7	39.9	31.5	21.6



- En la identidad partidista, en pleno auge de la victoria panista, la identificación hacía ese partido es claramente la mayor, seguida del PRD y muy cerca el PRI. Por grupos es clara la poca identificación de los estudiantes con el PRI.
- Los otros 5 partidos aún no crean identidad aunque detectan oportunidades para todos, por ejemplo, el partido Alternativa penetró a las amas de casa, urbanas.

	IDENTIDAD PARTIDISTA
	32.4
	19.4
	21.4
	0.2
	0.8
	0.3
	0.3
	1.2
Con ninguno, Ns/Nc	24.0
TOTAL	100.0



IDENTIDAD PARTIDISTA % DE IDENTIFICACIÓN									
								NINGUNO Ns, Nc	TOTAL

SEXO

Hombre	34.2	19.2	18.9	0.1	0.7	0.1	0.2	1.1	25.5	100.0
Mujer	30.9	19.5	23.7	0.4	0.9	0.5	0.3	1.3	22.5	100.0

EDAD

De 18 a 29 años	34.0	17.3	20.8	0.1	1.0	0.3	0.0	1.3	25.2	100.0
De 30 a 49 años	32.7	20.4	20.2	0.1	0.9	0.3	0.6	1.0	23.8	100.0
De 50 y más	29.4	20.9	24.6	0.7	0.4	0.2	0.1	1.2	22.5	100.0

ESCOLARIDAD

Primaria	31.0	18.4	26.5	0.4	0.9	0.3	0.1	1.4	21.0	100.0
Secundaria	31.9	20.0	21.5	0.4	0.4	0.3	0.6	1.2	23.7	100.0
Preparatoria	34.0	18.9	16.5	0.0	1.9	0.0	0.1	1.6	27.0	100.0
Univ. y más	33.8	20.6	19.1	0.0	0.0	0.8	0.2	0.4	25.1	100.0

OCUPACIÓN

Ama de casa	29.0	19.0	26.4	0.6	0.8	0.4	0.0	2.1	21.7	100.0
Estudiante	40.7	14.6	20.5	0.0	1.0	1.5	0.0	0.5	21.2	100.0
Empleado	33.0	21.2	18.7	0.1	0.8	0.1	0.5	1.0	24.6	100.0
Desempleado	27.9	16.5	24.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.6	30.2	100.0

LOCALIDAD

Urbano	30.9	19.9	21.8	0.2	0.6	0.4	0.3	1.3	24.6	100.0
Rural	39.1	17.2	19.9	0.3	1.8	0.0	0.0	0.6	21.1	100.0
Todos	32.4	19.4	21.4	0.2	0.8	0.3	0.3	1.2	24.0	100.0



- Después de lo que muchos han dado en llamar la primera elección ideológica en México en la que aparecieron los términos “izquierda” y “derecha” como posicionamientos, vemos que los ciudadanos ubican en la izquierda al PRD y en menor medida al PT; en la derecha está claramente el PAN y un poco el PRI; el resto de los partidos no pudieron ser ubicados en el espectro izquierda-derecha por los ciudadanos.







UBICACIÓN PERCIBIDA IZQUIERDA-DERECHA					
	IZQUIERDA	CENTRO	DERECHA	Ns/Nc	TOTAL
	12.2	11.5	50.0	26.3	100.0
	21.9	18.9	32.7	26.5	100.0
	53.8	7.6	11.8	26.8	100.0
	37.9	10.1	11.6	40.4	100.0
	15.7	15.4	27.3	41.6	100.0
	24.5	12.5	12.1	50.9	100.0
	15.5	16.2	14.0	54.3	100.0
	17.2	16.4	11.5	54.9	100.0

- En este rubro vale la pena recordar que hace un año, el PT, Convergencia, Alternativa y Nueva Alianza eran todos ubicados más a la izquierda que el PRD.



III.- EVALUACIÓN A LOS PARTIDOS

- Confirmando su primer lugar, el PAN no sólo es el que mayores opiniones positivas registra (37%) sino que es el único de los 8 partidos que meses después de la elección posee saldo positivo en las percepciones, del resto; el PRD, que llegó en condiciones positivas a julio, es hoy el que peor saldo presenta.









	EVALUACIÓN A LOS PARTIDOS % RESPECTO AL TOTAL DE CIUDADANOS				SALDO DE OPINIONES POSITIVAS-NEGATIVAS
	BUENA	REGULAR	MALA	CONOCE Y NO TIENE OPINIÓN	
	36.9	38.2	19.1	5.5	17.8
	21.0	39.2	35.5	3.6	-14.5
	21.4	35.3	37.1	5.1	-15.7
	6.5	34.7	17.2	25.0	-10.7
	7.8	35.8	19.8	19.9	-12.0
	6.5	25.6	11.8	28.0	-5.3
	4.4	24.1	10.5	30.3	-6.1
	4.1	21.0	8.7	29.7	-4.6

* No suma 100% porque se omite el porcentaje de quienes no conocen el nombre de cada partido.



IV.- EVALUANDO LOS LOGOS

- Uno de los símbolos que dan identidad a un partido político es el logotipo con el que se identifican; en estas condiciones, tal vez motivados por su posicionamiento, el logo del PRI y el del PAN son igual de bien evaluados por los ciudadanos; el PRD no es mal visto y en cuarta posición aparece el PVEM.
- El resto de los logotipos parecen no gustar, siendo los más rechazados el del PT, el de Alternativa y el de Nueva Alianza.

EVALUANDO LOS LOGOS				
% RESPECTO AL TOTAL DE CIUDADANOS				
	LE GUSTA EL LOGOTIPO	NO LE GUSTA EL LOGOTIPO	Ns/Nc	TOTAL
	52.4	33.9	13.7	100.0
	53.1	32.6	14.3	100.0
	45.9	39.9	14.2	100.0
	27.5	50.1	22.4	100.0
	36.6	42.7	20.7	100.0
	25.9	47.6	26.5	100.0
	22.1	49.2	28.7	100.0
	20.8	49.6	29.6	100.0

V.- NEGATIVOS

- El PRI como lo ha sido desde hace tiempo, hoy es el partido más rechazado con 37 por ciento de los ciudadanos aunque el PRD ha crecido a niveles similares ubicándose en 34 por ciento; el PAN por su parte es rechazado por 1 de cada 4 ciudadanos y los 5 restantes partidos obtiene un rechazo de 1 de cada 5 mexicanos.



SEXO

Hombre	21.7	38.0	35.2	16.0	16.4	20.8	20.0	19.7
Mujer	26.3	36.1	32.1	17.6	20.2	20.0	17.8	18.5

EDAD

De 18 a 29 años	26.2	40.8	31.5	16.3	17.6	18.8	18.3	18.3
De 30 a 49 años	21.1	33.0	36.0	17.0	19.6	22.0	19.9	20.2
De 50 y más	25.9	37.9	32.7	17.6	17.8	20.1	17.8	18.4

ESCOLARIDAD

Primaria	23.7	37.7	29.7	16.5	17.2	19.4	17.7	18.1
Secundaria	25.5	37.2	35.3	17.3	19.5	21.9	18.6	18.8
Preparatoria	23.3	34.6	36.8	16.3	15.4	19.5	18.9	19.5
Univ. y más	23.4	39.1	31.9	17.6	23.7	20.8	21.4	21.0

OCUPACIÓN

Ama de casa	26.6	37.1	32.4	18.5	19.9	20.5	18.1	19.3
Estudiante	20.8	44.5	27.4	17.0	15.6	17.7	14.6	14.7
Empleado	24.1	35.7	36.0	17.2	19.0	21.9	20.3	20.5
Desempleado	25.1	35.3	27.9	6.9	12.0	10.6	14.1	12.0

LOCALIDAD

Urbano	25.1	36.8	32.6	16.5	18.5	19.9	17.9	18.3
Rural	20.0	37.6	37.7	18.4	17.9	22.6	23.0	22.3
Todos	24.1	37.0	33.6	16.9	18.4	20.4	18.8	19.1

	INDICADORES NEGATIVOS		
	% RECHAZO	% OPINIÓN MALA	% POCO O NADA PROBABLE QUE VOTE POR ÉL
	24.1	19.1	41.8
	37.0	35.5	60.0
	33.6	37.1	62.0
	16.9	17.2	77.2
	18.4	19.8	76.7
	20.4	11.8	76.2
	18.8	10.5	77.7
	19.1	8.7	76.9



VI.- VALOR POTENCIAL

Los partidos deben de aspirar a llevar a las urnas a todo ciudadano que muestre disposición a votar por él, esa es la meta que se persigue en las campañas electorales, por ello es importante conocer esos valores.

- En el cuadro siguiente se muestra nuevamente al PAN con un alto potencial e incluso con una gran reserva de ciudadanos dispuestos a ser atraídos, pero también muestra que el PRI y el PRD están en posibilidades de convertirse en la primera fuerza con campañas y comportamientos atractivos al ciudadano.
- En el caso de los partidos distintos a las tres principales fuerzas, todos muestran potenciales importantes pero sin amenazar al PAN, PRI y PRD.

VALOR POTENCIAL PROPENSIÓN A VOTAR POR...						
	MUY PROBABLE	ALGO PROBABLE	POCO PROBABLE	NADA PROBABLE	Ns/Nc	TOTAL
	33.6	20.4	15.6	26.2	4.2	100.0
	17.3	18.3	23.7	36.3	4.4	100.0
	19.7	14.5	20.7	41.3	3.8	100.0
	3.3	11.3	26.5	50.7	8.2	100.0
	2.0	12.2	25.6	51.1	9.1	100.0
	2.2	10.1	21.7	54.5	11.5	100.0
	1.0	9.7	23.0	54.7	11.6	100.0
	1.6	9.1	22.0	54.9	12.4	100.0

**SEXO**

Hombre	52.7	35.9	37.3	17.2	14.6	14.9	12.1	11.9
Mujer	55.4	35.3	31.4	12.3	13.9	9.8	9.6	9.4

EDAD

De 18 a 29 años	59.4	27.8	31.4	15.3	16.4	11.4	10.9	11.7
De 30 a 49 años	52.9	39.4	35.6	15.4	12.3	13.1	11.3	10.1
De 50 y más	47.7	41.7	36.3	12.2	14.1	12.0	9.6	9.8

ESCOLARIDAD

Primaria	48.0	43.7	36.6	11.3	13.5	9.5	8.7	8.5
Secundaria	54.1	34.0	34.1	16.7	15.0	14.4	10.2	10.3
Preparatoria	57.6	31.7	32.1	16.8	14.5	9.7	13.1	12.4
Univ. y más	61.3	28.4	33.2	13.9	13.7	18.2	12.1	12.9

REGIÓN


Norte	47.0	34.4	33.7	13.8	15.7	13.7	12.2	13.3
Centro	55.0	39.0	28.2	10.7	12.3	8.8	8.2	8.7
Sur	55.3	31.3	42.8	20.5	16.4	16.5	13.9	12.3

OCUPACIÓN

Ama de casa	54.8	40.0	31.6	12.0	15.0	9.6	10.2	9.3
Estudiante	62.8	33.3	32.9	20.7	13.4	13.5	9.5	13.9
Empleado	52.8	34.2	36.0	15.1	13.0	12.6	10.5	10.5
Desempleado	55.9	27.3	34.9	19.5	22.2	17.5	17.8	15.3

LOCALIDAD

Urbano	53.8	34.4	34.8	14.6	14.1	12.7	11.2	10.6
Rural	55.2	40.7	31.6	14.6	14.6	10.1	9.1	10.8
Todos	54.1	35.6	34.2	14.6	14.2	12.2	10.8	10.6

	INDICADORES DE POTENCIAL RESPECTO AL TOTAL DE CIUDADANOS	
	% QUE HA VOTADO ALGUNA VEZ	% MUY O ALGO PROBABLE QUE VOTE PRÓXIMA VEZ
	60.7	54.1
	62.8	35.6
	43.2	34.2
	5.1	14.6
	8.1	14.2
	2.4	12.2
	2.4	10.8
	1.9	10.6



VII.- ATRIBUTOS POSITIVOS

- Los atributos positivos evaluados favorecen al PAN que aventaja en todos ellos salvo en “experiencia” donde el PRI tiene ventaja, y “preocupación por los pobres” donde aparece el PRD con ligera ventaja.
- En los negativos, en los 4 evaluados destaca la asignación que se hace al PRI en todos los casos.
- Se midieron además 4 atributos que no pueden ser ubicados como positivos ni como negativos, observando que el PAN es ubicado como el partido del cambio, de la juventud y de la renovación, en cambio el PRI es el oficialista; en este cuadro destaca el PVEM compitiendo en forma importante como el partido de la juventud.

ATRIBUTOS PERCIBIDOS POSITIVOS										
									NINGUNO Ns, Nc	TOTAL
Experiencia	23.8	48.7	11.5	0.5	0.1	0.0	0.1	0.2	15.1	100.0
Capacidad	36.2	22.5	21.9	0.4	0.1	0.1	0.4	0.7	17.7	100.0
Honestidad	31.9	12.9	18.7	0.6	0.7	0.3	0.3	1.1	33.5	100.0
Buen gobierno	34.7	15.5	20.0	1.5	0.4	0.1	0.2	0.5	27.1	100.0
Más democrático	36.8	17.9	21.9	0.5	0.6	0.1	0.1	1.0	21.1	100.0
Preocupado por los pobres	30.0	16.8	32.1	0.7	0.3	0.1	0.2	0.5	19.3	100.0



ATRIBUTOS PERCIBIDOS NEGATIVOS										
									NINGUNO Ns, Nc	TOTAL
El engaño	21.4	38.7	22.2	1.0	0.6	0.2	0.3	0.0	15.6	100.0
La ambición	21.2	35.3	27.3	0.8	1.0	0.2	0.1	0.0	14.1	100.0
Mal gobierno	21.2	43.9	17.2	0.9	0.6	0.7	0.0	0.0	15.5	100.0
Corrupción	16.9	43.2	17.5	1.3	0.9	0.4	0.0	0.1	19.7	100.0

ATRIBUTOS PERCIBIDOS OTROS										
									NINGUNO Ns, Nc	TOTAL
Cambio	46.2	11.0	22.5	0.4	0.6	0.0	0.3	0.8	18.2	100.0
Juventud	26.9	14.2	12.7	2.3	15.6	0.3	2.8	1.6	23.6	100.0
Renovación	33.4	18.2	20.8	0.9	1.6	0.3	1.1	1.7	22.0	100.0
Oficialismo	22.2	31.3	10.3	0.7	0.6	0.2	0.1	0.3	34.3	100.0



- Después de los cambios en la percepción a partir del 2 de julio, el PAN es visto hoy como el partido “más importante”; el que “más va a crecer”; el “más rico” y el “más unido” y comparte con el PRI la categoría de “más grande”.

PERCEPCIÓN DE FUERZA Y TAMAÑO										
									NINGUNO Ns, Nc	TOTAL
Más grande	32.4	35.6	14.4	0.5	0.2	0.0	0.1	0.2	16.6	100.0
Más importante	40.5	24.5	16.3	0.4	0.3	0.0	0.3	0.2	17.5	100.0
Va a crecer más	37.5	13.8	25.6	1.0	1.3	0.2	1.0	1.3	18.3	100.0
Tiene más dinero	39.6	33.2	4.9	0.5	0.4	0.0	0.1	0.1	21.2	100.0
Más débil	7.5	21.3	14.1	7.1	4.5	6.9	9.0	7.6	22.0	100.0
Tiene más personas	31.6	28.1	21.3	0.2	0.3	0.3	0.2	0.3	17.7	100.0
Más unido	35.7	16.3	24.4	0.6	0.5	0.3	0.5	0.6	21.1	100.0





VIII.- ASOCIACIONES QUE SE HACEN CON EL PARTIDO

- El PAN, es identificado como un partido cercano a los empresarios; a los niños; a los banqueros; a los jóvenes; a las mujeres; a los migrantes; al norte del país y a los estudiantes.
- El PRI con los sindicatos y comparte los campesinos con el PRD. Por su parte el PRD se percibe cerca de los obreros, los pobres, los adultos mayores, el sur del país y la Ciudad de México. Destaca el PT con los obreros, el PVEM con los jóvenes y Alternativa con las mujeres.

ASOCIACIONES QUE SE HACEN CON EL PARTIDO										
									NINGUNO Ns, Nc	TOTAL
Los obreros	21.9	24.9	31.4	6.0	0.1	0.1	0.1	0.2	15.3	100.0
Los empresarios	56.9	21.8	6.3	0.5	0.2	0.0	0.1	0.1	14.1	100.0
Los niños	27.1	17.6	16.7	1.1	4.0	0.2	0.7	0.6	32.0	100.0
Los sindicatos	20.8	42.3	15.0	2.7	0.3	0.4	0.4	0.2	17.9	100.0
Los banqueros	53.4	21.6	5.1	0.9	0.4	0.2	0.2	0.1	18.1	100.0
Los pobres	25.1	17.2	37.9	1.2	0.5	0.2	0.5	0.5	16.9	100.0
Los jóvenes	30.5	18.1	20.5	1.3	7.5	0.2	1.1	1.2	19.6	100.0
Las mujeres	31.6	19.1	20.5	1.3	1.2	0.4	1.5	4.3	20.1	100.0
Los adultos mayores	21.4	17.6	47.1	1.0	0.4	0.1	0.2	0.5	11.7	100.0
Los habitantes del sur del país	22.6	18.8	34.3	0.9	0.1	0.1	0.1	0.7	22.4	100.0
Los mexicanos en EUA	37.3	17.5	13.1	0.8	0.5	0.1	0.1	0.2	30.4	100.0
Discapacitados	25.1	18.6	27.2	0.5	0.7	0.4	0.2	0.6	26.7	100.0
Los habitantes del DF	21.2	13.9	46.6	0.9	0.3	0.0	0.1	0.7	16.3	100.0
Los campesinos	22.2	26.9	31.0	1.4	0.4	0.2	0.3	0.6	17.0	100.0
Los habitantes del norte del país	43.9	18.0	10.3	0.6	0.3	0.0	0.2	0.5	26.2	100.0
Los estudiantes	31.5	18.4	20.5	0.7	1.3	0.3	0.7	0.8	25.8	100.0

- Cuando se le piden a los ciudadanos las asociaciones libres con cada partido vemos que en el PAN aparecen sólo Fox y Calderón; en el PRI, se menciona a Madrazo y después de él la corrupción y Salinas. En el caso del PRD, la asociación es la más fuerte de todas y es con López Obrador, seguido de Cuauhtémoc Cárdenas.
- El PT no se relaciona con ningún personaje sino con la palabra “trabajo”; el PVEM con Jorge Emilio González y con la ecología; Convergencia y Nueva Alianza apenas logran identificarse con personajes como Dante Delgado y Roberto Campa respectivamente, y por último Alternativa es dominado por la figura de Patricia Mercado (que incluso fue mencionada al planearse el nombre de Nueva Alianza).



ASOCIACIONES ESPONTANEAS

	%		%
Vicente Fox	25.3	Roberto Madrazo	24.0
Felipe Calderón	16.7	Corrupción	6.5
Cambio	2.9	Carlos Salinas de Gortari	5.7
Presidente	1.8	Ratero	3.5
Ratero	1.4	Tricolor / colores patrios	2.2
Azul	1.3	Enrique Peña Nieto	1.8
Corrupción	1.2	Derrocado / perdió	1.3
Trabajo	1.0	Bandera	1.0



(*) Sumando Otros y Ns, Nc =100%

	%		%
AMLO	39.5	Trabajo	4.5
Cuauhtémoc Cárdenas	2.4	AMLO	1.2
Amarillo	1.7	Corrupción	0.6
Conflictivo / peleonero	1.6	Sin fuerza / débil	0.4
Corrupción	1.5	Coalición / Alianza	0.4
Cambio	1.2	Pobreza	0.3
Manifestaciones	1.2	Nuevo	0.3
Problemas	1.2	Regular	0.3

(*) Sumando Otros y Ns, Nc =100%

	%		%
Jorge Emilio González / niño verde	11.2	Dante Delgado	1.0
Ecología	4.7	Naranja	0.7
Corrupción	1.1	Corrupción	0.4
Juventud	1.1	Águila	0.4
Naturaleza	0.9	PRD	0.3
Verde	0.8	Oportunidad	0.3
PRI	0.6	Unión	0.3
Bueno	0.5	Indiferencia	0.3

(*) Sumando Otros y Ns, Nc =100%

	%		%
Roberto Campa Cifrian	2.0	Patricia Mercado	4.2
Patricia Mercado	1.1	Mujeres	0.8
Nuevo	1.0	Nuevo	0.4
Elba Esther Gordillo	0.9	Oportunidad	0.4
Corrupción	0.5	Corrupción	0.2
Profesores	0.4	Roberto Campa Cifrian	0.2
Ayuda	0.2	Cambio	0.2
Ratero	0.2	Elba Esther Gordillo	0.2

(*) Sumando Otros y Ns, Nc =100%



IX.- PROPUESTA DE INDICADORES









En el cuadro siguiente se presenta la propuesta de 6 indicadores para **lealtad y deserción**.

- a) Por **lealtad de partido** entendemos el porcentaje de ciudadanos que estaría dispuesto a volver a votar por un partido, es lo que en otras disciplinas se tomaría como “recompra” y se puede interceptar como una medida de satisfacción. Vemos en ella una clara ventaja del PAN. El PRI le sigue al poseer una base mayor de votantes anteriores y en tercer lugar aparece el PRD. Todos los porcentajes se refieren al total de los ciudadanos.
- b) **La lealtad dura** contempla a los ciudadanos que en su última elección sufragaron por el partido y que hoy es muy probable que lo vuelvan a hacer. En esta medida el PRD aventaja al PRI.
- c) **La exclusividad** implica no sólo haber votado por el partido y estar dispuesto a volver a votar, sino que el ciudadano además debe eliminar a los otros 7 partidos como posible opción.
- d) Por último, agregamos una **lealtad potencial** que incluye a los ciudadanos que han sufragado por el partido y no rechazan la posibilidad de volverlo a hacer.


Lo indicadores anteriores no son una medida del potencial de votos sino sólo de la lealtad que logran los partidos.

- De los indicadores de deserción presentamos el de “**deserción**” simple, que incluye a quienes alguna vez sufragaron por el partido y hoy no lo harían, encontrando por razones obvias al PRI con más deserciones.
- Y las **deserciones recientes** incluyen a quienes votaron en su última oportunidad por un partido y hoy no lo harían; encontramos que el conflicto postelectoral generó que 1 por ciento desertaran del PRD y 0.8 por ciento del PAN.



	POSITIVOS				NEGATIVOS	
	LEALTAD DE PARTIDO	LEALTAD DURA	EXCLUSIVIDAD	LEALTAD POTENCIAL	DESERTORES	DESERTORES RECIENTES
	19.2	11.2	9.8	31.6	6.8	0.8
	10.6	3.2	2.4	21.4	15.0	0.4
	8.5	5.6	4.5	15.0	4.4	1.1
	0.1	0.0	0.0	0.3	1.1	0.0
	0.1	0.0	0.0	0.6	1.4	0.1
	0.1	0.0	0.0	0.4	0.8	0.0
	0.0	0.0	0.0	0.5	0.6	0.1
	0.0	0.0	0.0	0.1	0.4	0.0



METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA EN VIVIENDAS				
POBLACIÓN SUJETA A ESTUDIO	Mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares.			
FECHAS DE LEVANTAMIENTO	Del 30 de Septiembre al 05 de octubre de 2006			
ESQUEMA DE SELECCIÓN DE MUESTRA	Utilizando como marco de muestreo el listado de secciones electorales en el país y de sus resultados oficiales de la elección federal de diputados en 2003, se tomaron de manera sistemática y aleatoria con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT) 160 secciones electorales en todo el territorio nacional , en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente.			
TAMAÑO DE MUESTRA	1,600 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar,			
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas " cara a cara " utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).			
PERSONAL INVOLUCRADO	60	Encuestadores	25	Capturistas de información
	20	Supervisores	5	Supervisores de captura
	3	Coordinadores de campo	4	Analistas de sistemas
	1	Responsable de campo y proyecto	5	Investigadores analistas
DISEÑO Y EXPLOTACIÓN DE RESULTADOS	Departamento de diseño y análisis de Información / CONSULTA MITOFSKY .			
MÉTODO DE ESTIMACIÓN DE LOS RESULTADOS	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión , calculados como el inverso de la probabilidad de selección de cada individuo en la muestra y corrección por no-respuesta en cada sección seleccionada en muestra.			
ERROR MÁXIMO Y CONFIANZA DE LAS PREGUNTAS ELECTORALES	Aunque cada porcentaje tiene su propio error asociado, el diseño de muestra garantiza que en las estimaciones nacionales al menos 95 de cada 100 veces, el error no sobrepasa el ±2.4% . En los estudios de opinión pública, además del error muestral, se debe considerar que pueden existir otros errores ocasionados por el fraseo de las preguntas y las incidencias en el trabajo de campo.			
CONSULTA	La presente encuesta así como sus principales resultados y las características metodológicas fundamentales se encontrarán disponibles en la página oficial de CONSULTA MITOFSKY ; www.consulta.com.mx donde de forma gratuita podrá ser consultada por los interesados con el fin de facilitar su lectura e interpretación, para así contribuir al desarrollo democrático a través de la creación de una opinión pública mejor informada.			
	CONSULTA MITOFSKY es una de las primeras empresas en México en tener la certificación ESIMM (Estándar de Servicio para la Investigación de Mercados en México), la cual ratifica que CONSULTA MITOFSKY es una empresa asociada a la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados) que está en plena capacidad para cumplir eficientemente y con los más altos lineamientos técnicos posibles, los proyectos de investigación que se le soliciten, dicha certificación que nos ha sido ratificada cada año , garantiza no sólo la máxima calidad sino la evolución en los nuevos estándares generados con los adelantos tecnológicos .			