

ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDA | NOVIEMBRE 2023

Panorama electoral

Con la incursión de Samuel García como precandidato único de Movimiento Ciudadano, la boleta presidencial ha quedado prácticamente definida. Esta es la primera encuesta que realizamos con lo que al parecer es la conformación definitiva de la contienda.

La encuesta nacional en vivienda de Buendía & Márquez para EL UNIVERSAL arroja que Claudia Sheinbaum inicia el periodo de precampañas con una amplia ventaja. Casi la mitad de los entrevistados (48%) manifiesta que **si el día de hoy fuera la elección** votaría por la ex Jefa de Gobierno. Su principal rival, Xóchitl Gálvez, obtiene 24 por ciento mientras que Samuel García inicia la carrera presidencial con apoyo de un dígito (8%). La No Respuesta a la pregunta de intención de voto fue de 20 por ciento.

Claudia Sheinbaum mantiene la delantera en cuanto a **reconocimiento de imagen y de nombre**. Dos de cada tres entrevistados reconoce su rostro y una cifra todavía mayor su nombre. En cambio, el reconocimiento visual de Xóchitl Gálvez es de solo 37%, mientras que 55% reconoce su nombre. El reconocimiento de nombre de Samuel García, por otra parte, es de 39 por ciento.

Más importante que el reconocimiento de nombre es la **opinión** que los ciudadanos tienen de los aspirantes. Sheinbaum también lidera en este indicador. Su balance de opinión es de +39 (positivos menos negativos), mientras que Xóchitl tiene más negativos que positivos (balance de -3). Samuel García presenta un balance positivo (+11) pese a ubicarse en último lugar de la intención de voto. Si el gobernador mantiene este balance es posible que su posicionamiento mejore conforme su reconocimiento aumente.

El principal reto de la candidata de la coalición PAN-PRI-PRD es darse a conocer de manera positiva. Hasta ahora no lo ha conseguido: de junio a la fecha sus valoraciones positivas aumentaron 11 puntos pero sus negativos lo hicieron en 9. Al respecto, otro dato que registra la encuesta es que 12% de los entrevistados reportó haber escuchado alguna noticia positiva sobre Xóchitl en las últimas dos semanas, pero 13% escuchó alguna noticia negativa. En cambio, los entrevistados reportaron haber escuchado información predominantemente positiva sobre Sheinbaum o García en el mismo periodo.

¿Qué dinámica en la opinión pública podemos esperar en los próximos meses? Para responder esta pregunta realizamos una tipología de votantes a partir un **análisis de segmentación**. De acuerdo con el ejercicio se pueden distinguir seis tipos de electores según sus preferencias partidistas y la imagen que tienen de los candidatos:

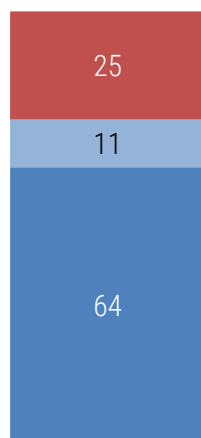
- 1) "Frentistas", que apoyan mayoritariamente a Xóchitl Gálvez y representan 10% de la población;
- 2) "Opositores desinformados" (18%) que también votarían por Gálvez pero en este momento lo hacen porque se identifican con el PAN, PRI o PRD (desconocen quiénes son los precandidatos y de hecho, 76% no reconoce a Xóchitl Gálvez);
- 3) "Morenistas", que representan 22% de los entrevistados;
- 4) "Morenistas desinformados", el segmento de mayor tamaño (31%) compuesto por ciudadanos que votarían por Sheinbaum y tienen buena opinión de ella, pero desconocen quiénes son los demás contendientes;
- 5) "Apáticos" (7%), apatistas que tienen poco interés en informarse sobre los partidos y candidatos;
- 6) "Antisistema" (13%), ciudadanos apatistas que tienen una opinión predominantemente negativa de los partidos y sus aspirantes y que, en el mejor de los casos, no los conocen. Los últimos dos segmentos son quienes tienen menor probabilidad de acudir a las urnas el próximo 2 de junio.

Como puede advertirse, la ventana de oportunidad para los aspirantes se encuentra en la **población desinformada**. Ellos son, en principio, el segmento en el que más pueden influir las campañas. El reto para los aspirantes es cómo se darán a conocer en ese público. Por ejemplo, en el grupo de los "opositores desinformados" que apoya mayoritariamente a Xóchitl Gálvez hay una mayor proporción de jóvenes y habitantes del Noreste del país (segunda circunscripción) que en los demás segmentos. Estos son los sectores a los que Samuel García ha dado prioridad en los primeros días de precampaña.

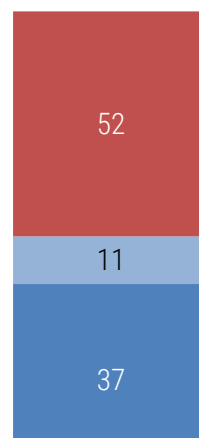
Reconocimiento visual

1. Por favor dígame si reconoce o no reconoce a cada una de las personas que aparecen en las siguientes fotografías.
2. ¿Me podría decir el nombre de esta persona?

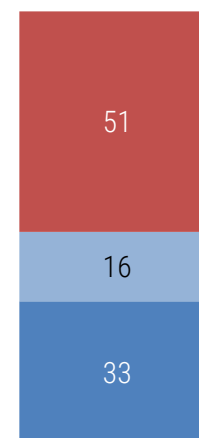
■ Sí lo reconoce/Nombre correcto ■ Sí lo reconoce/Nombre incorrecto ■ No lo reconoce/NS/NC



Claudia Sheinbaum



Xóchitl Gálvez



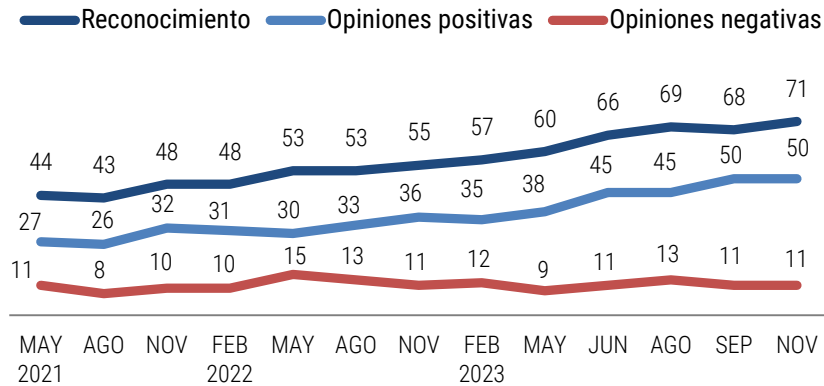
Samuel García

Reconocimiento de nombre y opinión de personajes

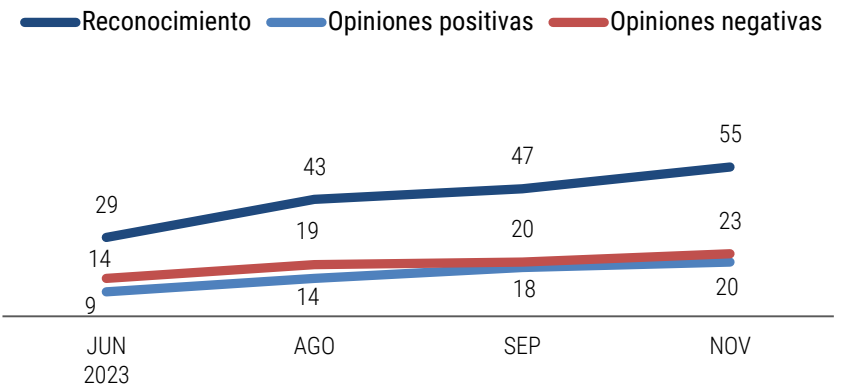
A. Reconocimiento de nombre: ¿Usted conoce o ha oído hablar de _____?

B. Ahora por favor dígame si usted tiene buena o mala opinión de _____.

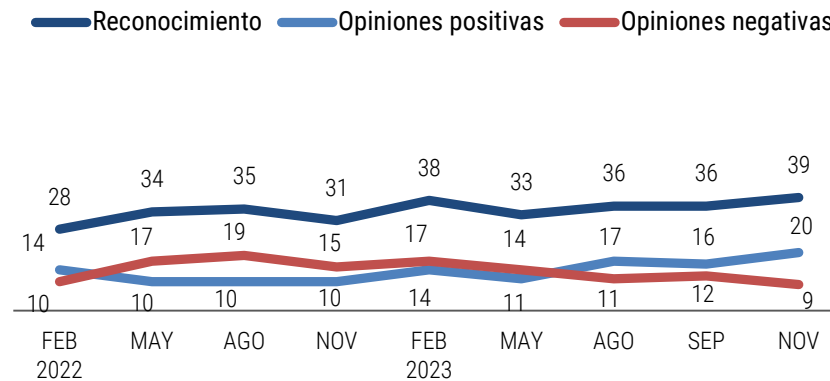
Claudia Sheinbaum



Xóchitl Gálvez

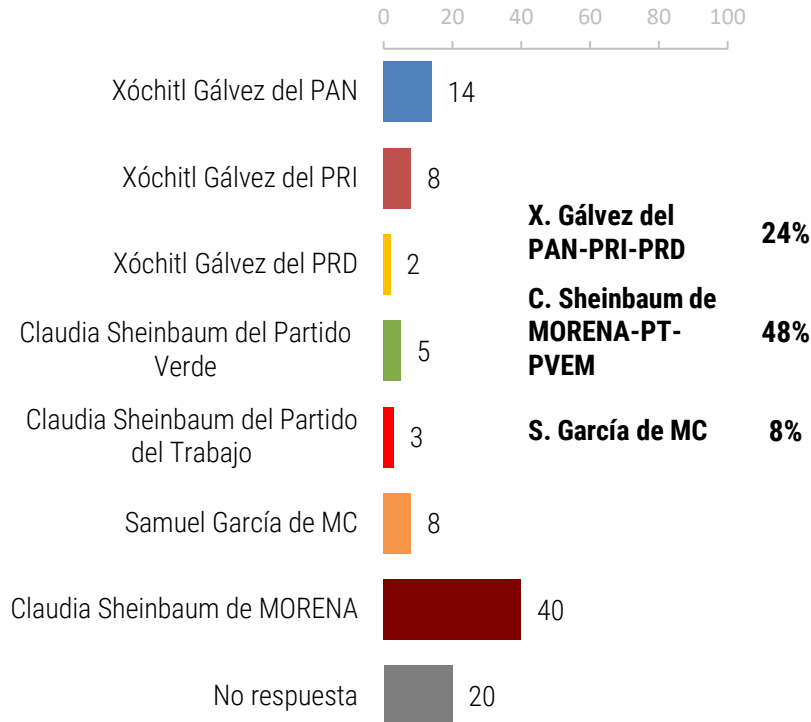


Samuel García



Preferencia electoral de presidente

Aunque todavía falta mucho tiempo, si hoy fuera la elección para elegir Presidente, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?



Preferencia electoral de Presidente por identificación partidista

	Panistas (8%)*	Priistas (9%)*	De MORENA (29%)	Indep. (43%)
Xóchitl Gálvez del PAN-PRI-PRD	71	84	1	18
Claudia Sheinbaum de MORENA-PT-PVEM	12	0	93	39
Samuel García de MC	4	10	3	8
No respuesta	13	6	3	35
Total	100	100	100	100

*El tamaño de la subpoblación es pequeño para hacer inferencias estadísticas. Los porcentajes se muestran sólo con fines indicativos.

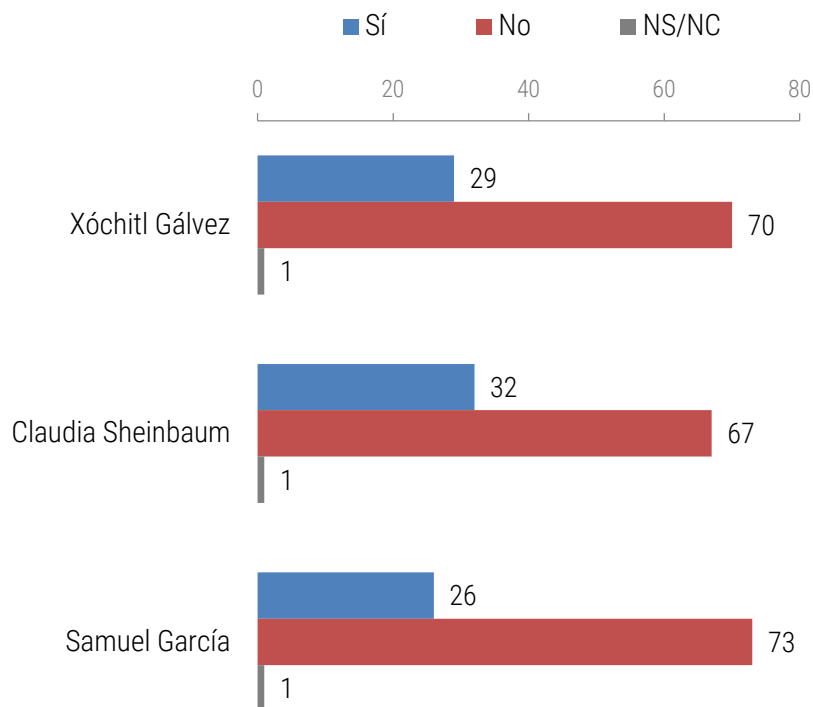
Preferencia electoral de presidente por sociodemográficos

Si el día de hoy fuera la elección de Presidente, ¿por cuál partido o alianza y candidato(a) votaría usted?

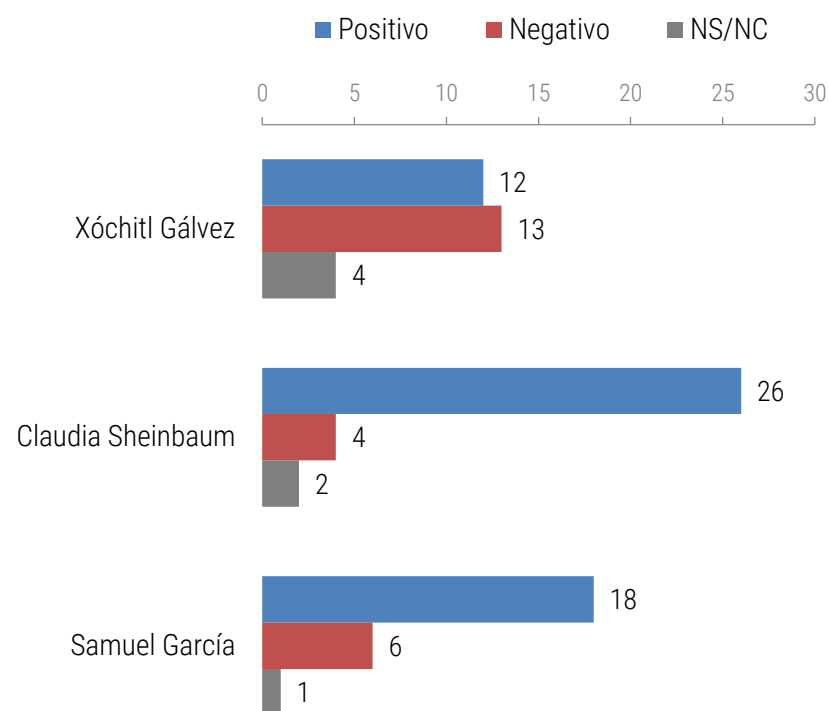
	Sexo		Edad				Escolaridad			
	Hombre (48%)	Mujer (52%)	18 a 29 años (27%)	30 a 45 años (31%)	46 a 59 años (23%)	60 años o más (19%)	Primaria (28%)	Secundaria (26%)	Preparatoria (23%)	Lic. o más (23%)
Xóchitl Gálvez del PAN-PRI-PRD	20	27	23	20	28	28	30	23	16	25
Claudia Sheinbaum de MORENA-PT-PVEM	52	45	48	55	41	46	41	52	60	42
Samuel García de MC	9	7	14	6	7	4	2	7	12	12
No respuesta	19	21	15	19	24	22	27	18	12	21
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Noticias sobre precandidatos(as)

En las últimas dos semanas, ¿usted vio o escuchó alguna noticia sobre ____?



¿Y la noticia que usted vio o escuchó sobre ____ estaba relacionada con algo positivo o algo negativo de ella/él?



Metodología

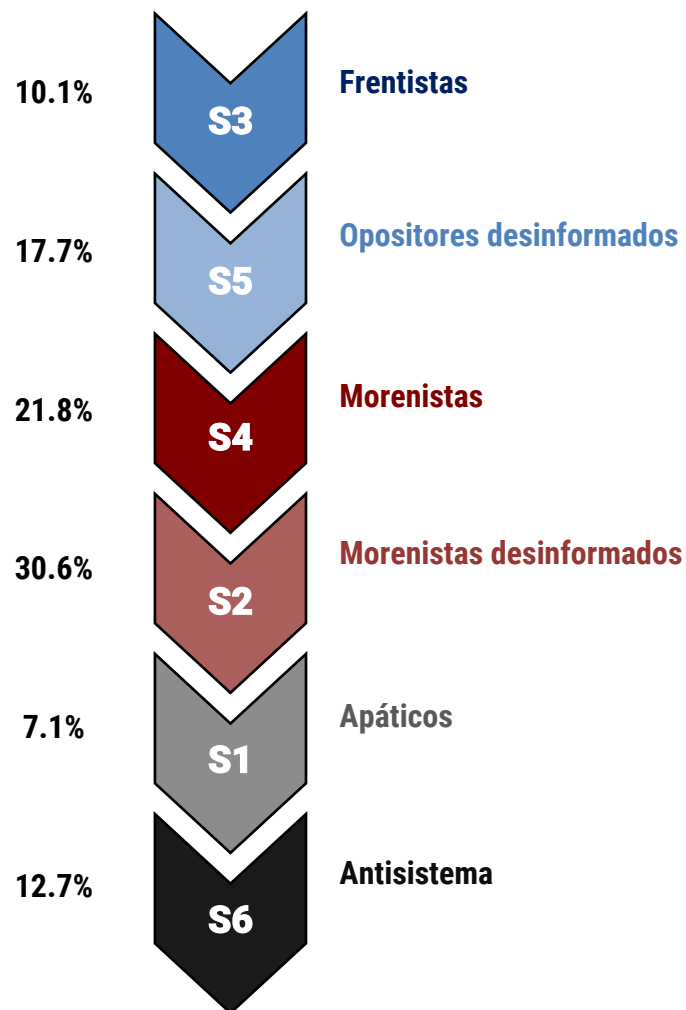
Población sujeta a estudio	Adultos, hombres y mujeres de 18 años y más que residen permanentemente en viviendas particulares del territorio nacional.
Técnica de recolección de datos	Entrevistas personales (cara a cara) en vivienda utilizando un cuestionario estructurado aplicado por encuestadores en dispositivos electrónicos.
Cobertura geográfica	Cobertura representativa a nivel nacional.
Marco muestral	El marco muestral comprende la información contenida en las siguientes fuentes: <ul style="list-style-type: none"> •Listado de secciones electorales del Catálogo de Información Geoelectoral (EDMSLM, INE). •Estadísticos de la lista Nominal por manzana con cortes de sexo y edad (Septiembre 2023, INE). •Catálogo de manzanas (AC-01R, INE). •Planos cartográficos por Sección Individual (INE).
Diseño de la muestra	El diseño de la muestra es polietápico (la unidad última de muestreo es seleccionada en varias etapas). En la primera etapa se seleccionaron 100 secciones electorales con probabilidad proporcional al tamaño de la lista nominal. El número de entrevistas en cada estrato se asignó de manera proporcional. En la segunda etapa, se seleccionaron en trabajo de gabinete 2 puntos de arranque (manzanas en zonas urbanas o conglomerados de vivienda en zonas rurales) dentro de las secciones a través de un muestreo aleatorio simple y con la cartografía oficial del INE (Planos por sección individual). En la tercera etapa, en el operativo de campo se seleccionaron 5 viviendas en cada punto de arranque mediante un salto sistemático y el método de espiral. En la cuarta etapa se seleccionó al entrevistado dentro del hogar con la generación de un número aleatorio en los dispositivos electrónicos.
Tamaño de la muestra	1,000 entrevistas efectivas.
Método de estimación de resultados	Los resultados que se presentan son frecuencias ponderadas, cuyo ponderador es el producto de un factor muestral (definido como el inverso de la probabilidad de selección) y un factor de ajuste por desviaciones de sexo, edad, escolaridad y voto en la elección de Diputados de 2021 por estrato de la muestra con respecto a las estadísticas del listado nominal y el Censo 2020 del INEGI. Los ponderadores se calcularon a través del método de <i>raking</i> (iterative proportional fitting).
Margen de error	Cada pregunta tiene su propio margen de error. Considerando un efecto de diseño de 1.3, el margen de error máximo de la encuesta es +/-3.53 puntos porcentuales al 95% de confianza estadística.
Periodo de referencia	Del 17 al 22 de noviembre de 2023.



ANÁLISIS DE SEGMENTACIÓN

Tipología de votantes

Análisis de segmentación



Nuestro análisis de segmentación

Intuitivamente, el análisis de segmentación consiste en clasificar a los individuos de la encuesta en grupos, de modo que los individuos que pertenecen al mismo grupo (o *cluster*) son más similares entre sí que los individuos de otros grupos.

A diferencia de la segmentación tradicional con tablas de contingencia, el análisis de conglomerados o *clustering* permite descubrir estructuras o patrones en los datos que son difíciles o virtualmente imposibles de detectar a través de la segmentación tradicional.

El agrupamiento por *clustering* es una técnica de clasificación no supervisada que puede resumir grandes cantidades de información. Nuestro enfoque consiste en un agrupamiento por consenso (*consensus clustering*), el cual agrega los resultados de siete distintos algoritmos de clusterización que a su vez pertenecen a cuatro familias distintas: algoritmos divisivos, aglomerativos, por densidad, y basados en modelo.

* Con excepción del análisis basado en modelo (variables latentes), todos los demás algoritmos usan como insumo una matriz de similitud que contiene la distancia entre cada par de individuos de la muestra. Existen muchas métricas de distancia, pero la más adecuada por la naturaleza nominal o categórica de los datos de la encuesta es la distancia de Gower.

S3. Frentistas

Tamaño: 10.1%

- **Preferencia por Xóchitl Gálvez.** Son el segmento con mayor intención de voto por ella en la elección de Presidente de la República (88%).
- Es el segmento que más considera que el **país va por mal/muy mal camino** (74%).
- Tienen **buena opinión de Xóchitl Gálvez** (es el segmento con mejor opinión de ella, 78%), y **mala opinión de Claudia Sheinbaum** (es el segmento con peor opinión de ella, 53%).
- Principalmente, **son independientes** (40%), aunque un 21% **se identifica con el PAN** y otro 21% con el **PRI**. **Sólo tienen buena opinión del PAN** (es el segmento que opina mejor de él, 53%) y es el segmento con **peor opinión de MORENA, PT y Partido Verde** (82%, 66% y 68%).
- Son principalmente **hombres** (54%) de **mediana edad** con el **mayor grado de estudios** (49% hasta licenciatura o más) y en **zonas urbanas**.

S5. Opositores desinformados

Tamaño: 17.7%

- **Preferencia por Xóchitl Gálvez** (80%).
- Casi la mitad del grupo (47%) cree que **el país va por muy buen o buen camino**, mientras que un tercio (36%) opina que está en la dirección equivocada.
- La mayoría **no conoce a ninguno** de los tres candidatos.
- La mayoría son **priistas** y es el segmento que **más se identifica como tal** (35%).
- Tienen buena opinión de todos los partidos.
- Son principalmente **mujeres** (es el segmento con mayor porcentaje de ellas, 68%), **jóvenes** (es el segmento con mayor porcentaje entre los 18 y 29 años, 34%) con **baja escolaridad** (74% tiene escolaridad máxima de secundaria).

S4. Morenistas

Tamaño: 21.8%

- Preferencia por Claudia Sheinbaum (86%).
- Es el segmento que más considera que el país va por muy buen o buen camino (85%).
- Tienen buena opinión de Claudia Sheinbaum (es el segmento con mejor opinión de ella, 86%) y mala opinión de Xóchitl Gálvez (es el segmento con peor opinión de ella, 76%).
- Se identifican con MORENA (son el segmento que más se identifica con el partido, 55%). Tienen buena opinión de MORENA (es el segmento que opina mejor de él, 91%), del PT, Partido Verde y MC. Tienen la peor opinión del PAN, PRI y PRD (76%, 87% y 66%)
- Principalmente, son hombres (64%), trabajadores (74%), con niveles educativos que van desde la preparatoria (31%) hasta licenciatura o más (29%)

S2. Morenistas desinformados

Tamaño: 30.6%

- Es el grupo con mayor preferencia hacia Claudia Sheinbaum (97%), aunque 38% no la conoce o no expresa una opinión sobre ella. Además, más del 70% no conoce o no expresa opinión sobre los otros dos candidatos.
- Piensan que el país va por buen o muy buen camino (74%).
- Se identifican con MORENA (53%).
- Tienen una opinión desfavorable del PAN, PRI y PRD, pero una opinión positiva del resto de los partidos. Destaca que MORENA es el partido con el mayor porcentaje de opiniones positivas, alcanzando un 86%.
- 58% se encuentra entre 18 y 39 años.
- Es uno de los grupos con menor porcentaje de personas con estudios de licenciatura o de un nivel superior (15%).

S1. Apáticos

Tamaño: 7.1%

- No expresan preferencia por alguno de los candidatos (98%). Es el grupo que menos conoce a los candidatos.
- Piensan que el país va por buen o muy buen camino (41%).
- Es el grupo donde, en cuando a identificación partidista, hay mayor porcentaje de personas que **se consideran independientes** (84%).
- De manera general, **no conocen a los partidos políticos o prefieren no expresar una opinión sobre ellos**. MORENA es el partido que más conocen o del que sí expresan opinión, 38% tiene una buena opinión y 36% no lo conoce o no expresa opinión de este partido.
- Son mayormente mujeres (65%). Es el grupo con mayor porcentaje de adultos mayores, 32% tiene 60 años o más.
- **Es el grupo con menor nivel de estudios**, 57% tiene estudios hasta primaria.

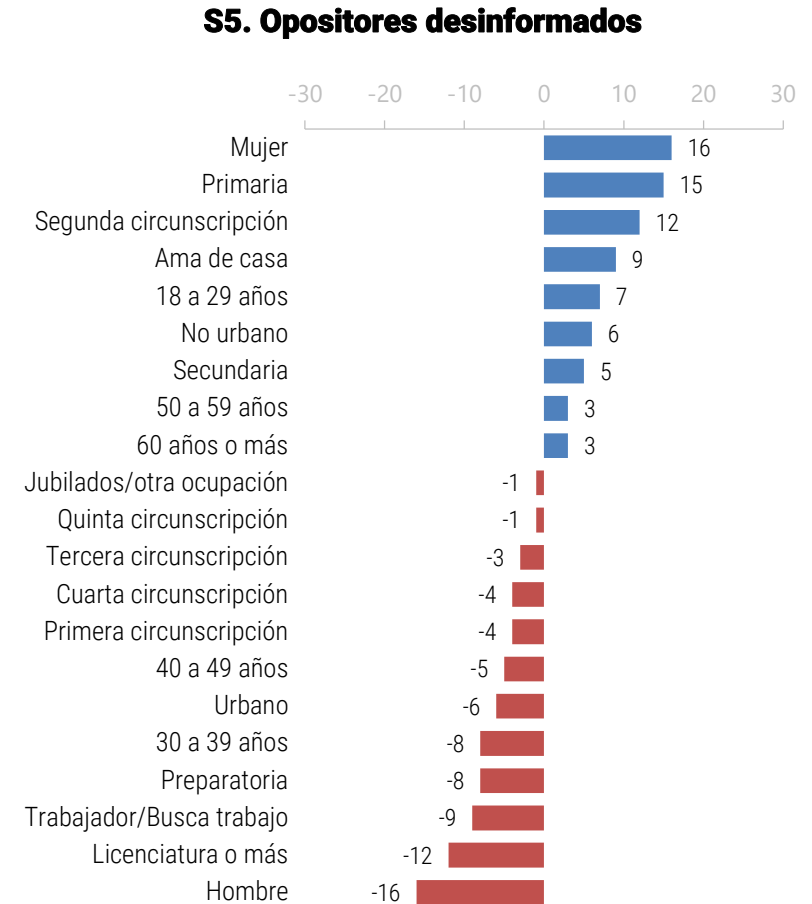
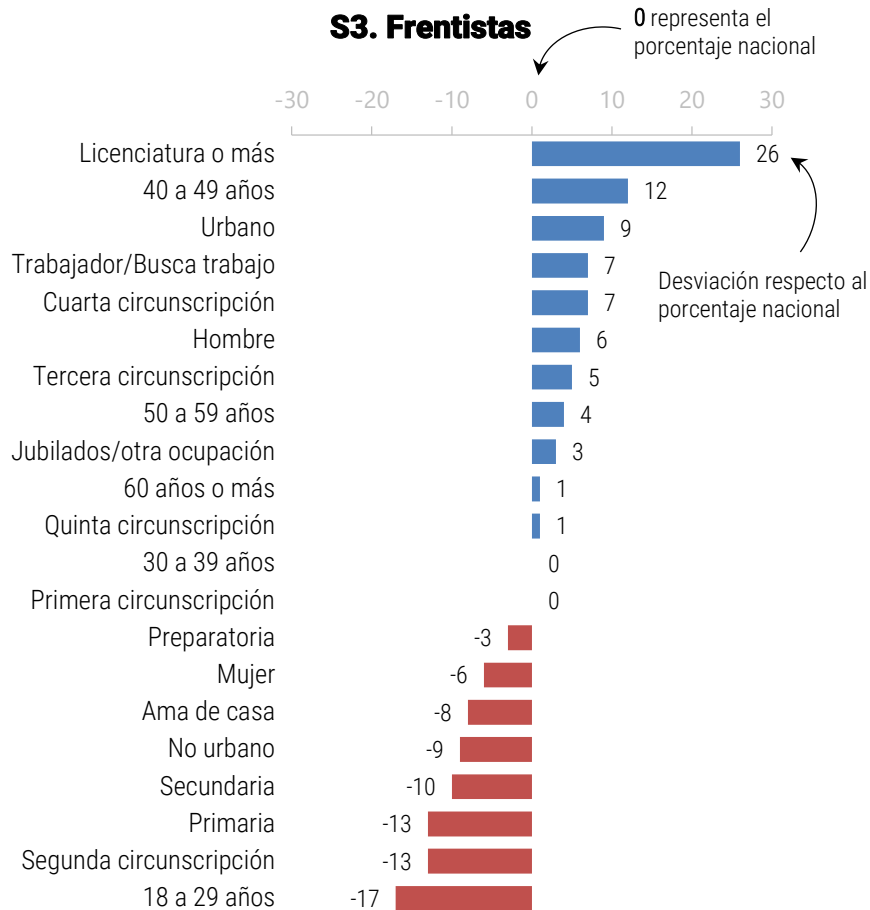
S6. Antisistema

Tamaño: 12.7%

- No expresan preferencia por alguno de los candidatos (90%). La mayoría no los conoce o no expresan opinión sobre ellos.
- Piensan que el país va por mal o muy mal camino (61%). Y **no se identifican con un partido político** (73%).
- De manera general, **tienen una mala opinión de los partidos políticos**, siendo MORENA el partido del que mejor opinan, 34% tiene una buena opinión y 39% una mala opinión. Además, son el segundo grupo con peores opiniones del PAN, PRI y PRD.
- Son mayormente personas jóvenes, 30% se encuentra entre 18 y 29 años. Con una **escolaridad alta**, 37% tiene una licenciatura o un grado superior de estudios.
- Es uno de los segmentos con mayor número de trabajadores (73%). Y se encuentran mayormente en zonas urbanas (76%).

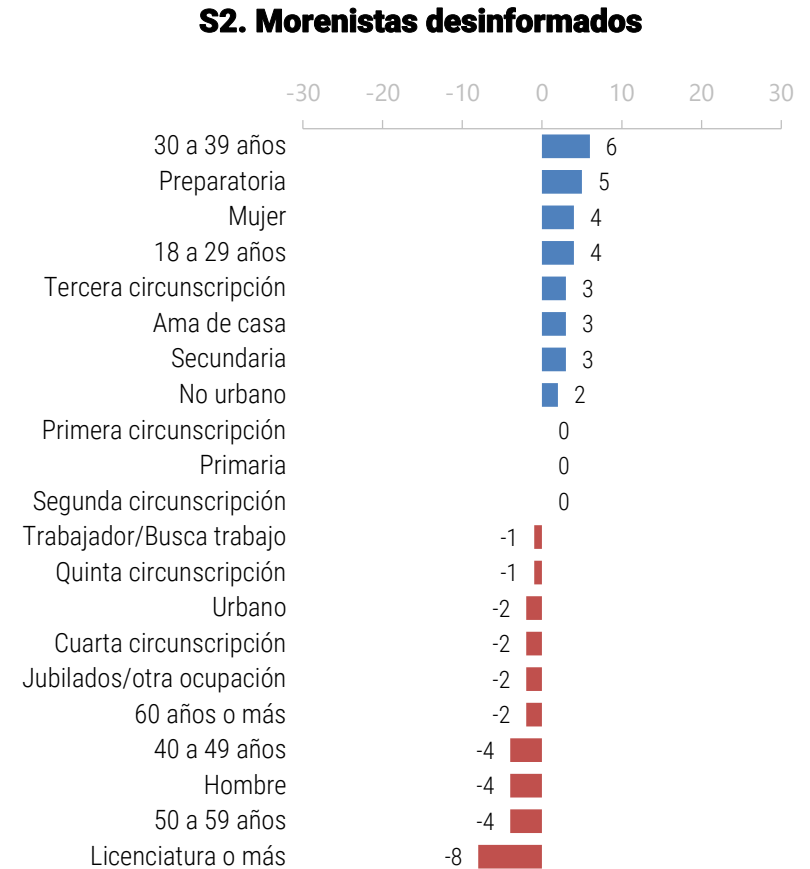
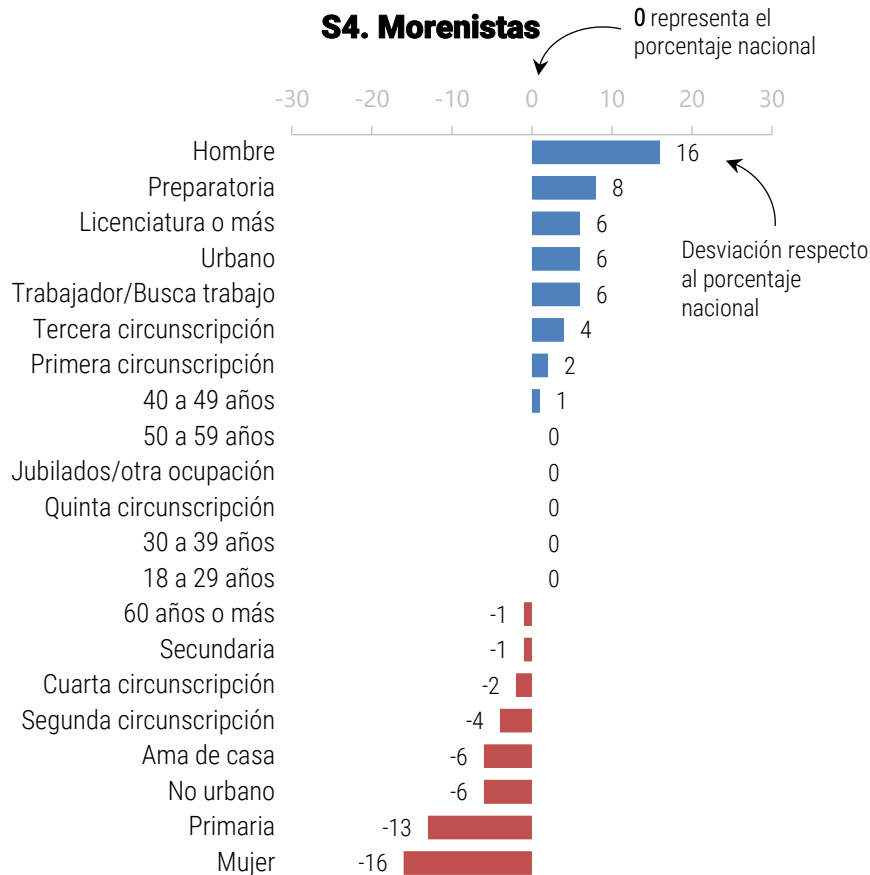
Perfil sociodemográfico de los segmentos

(Diferencia entre % en el segmento y % nacional)



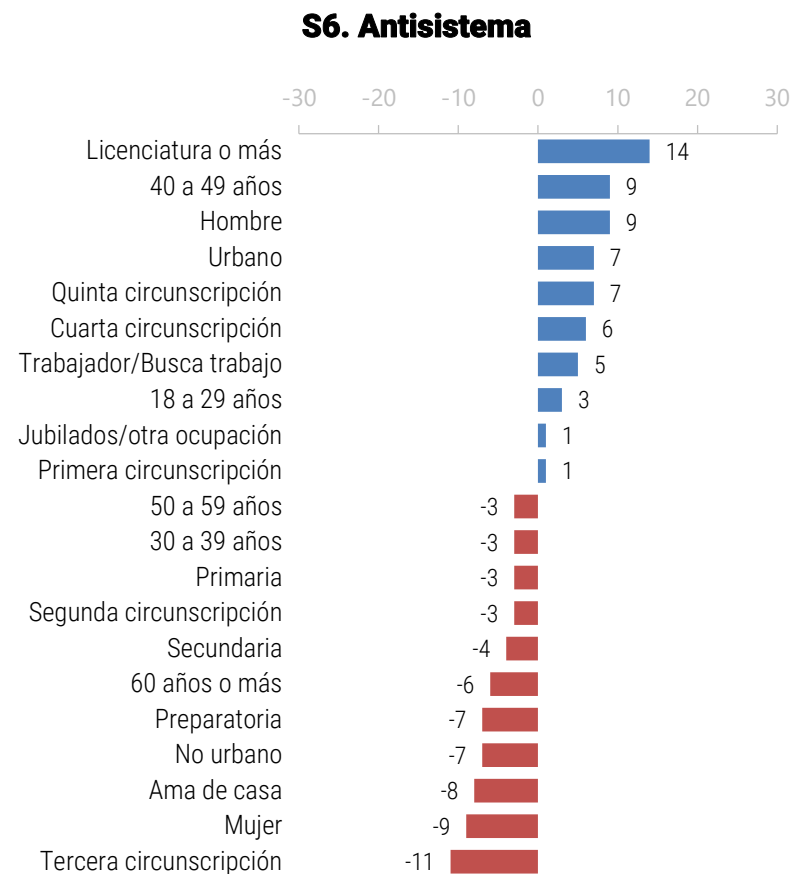
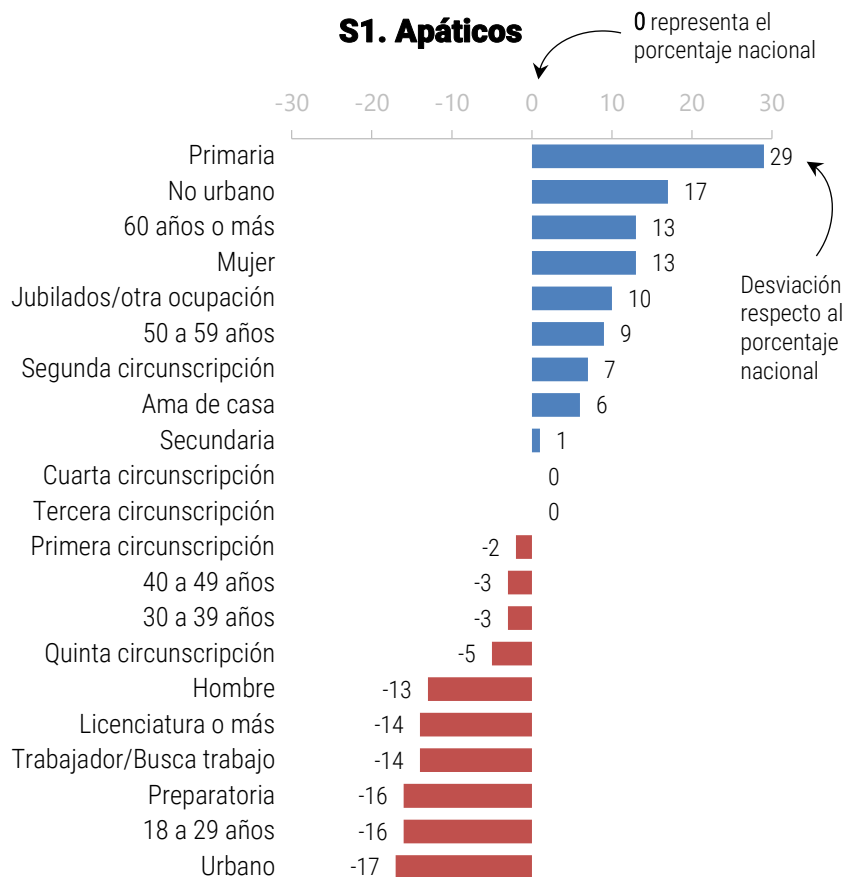
Perfil sociodemográfico de los segmentos

(Diferencia entre % en el segmento y % nacional)



Perfil sociodemográfico de los segmentos

(Diferencia entre % en el segmento y % nacional)





REPORTE METODOLÓGICO