

# Resultados de la Encuesta de Salida del IMO en la Elección Presidencial de México del 2 de Julio de 2006

---

## Perfiles de Votación

2 de Julio de 2006



# VITRINA METODOLOGICA

ELABORADOR Y RESPONSABLE DEL ESTUDIO:  
INSTITUTO DE MERCADOTECNIA Y OPINION (IMO)

UNIVERSO DE ESTUDIO:	República Mexicana en su conjunto
TAMAÑO DE LA MUESTRA:	Número de Secciones: 1,200 Número de Casillas: 2,700 Número de personas entrevistadas: 87,000
TASA DE RECHAZO (A RECIBIR LA PAPELETA)	17%
GRADO DE ERROR ESTADISTICO:	+/- 2%
FECHA DE APLICACIÓN:	2 de Julio de 2006 De las 8:00 a las 18:00 hrs. en los tres husos horarios nacionales: centro, montaña y pacífico
PERSONAL EMPLEADO:	1,200 Encuestadores 300 Supervisores 32 Coordinadores estatales 5 Coordinadores regionales
TECNICA DE LEVANTAMIENTO:	Cada encuestador estuvo a 30 metros de distancia de cada una de las secciones en la muestra y entrevistó a 1 de cada 5 ciudadanos al salir de emitir su voto

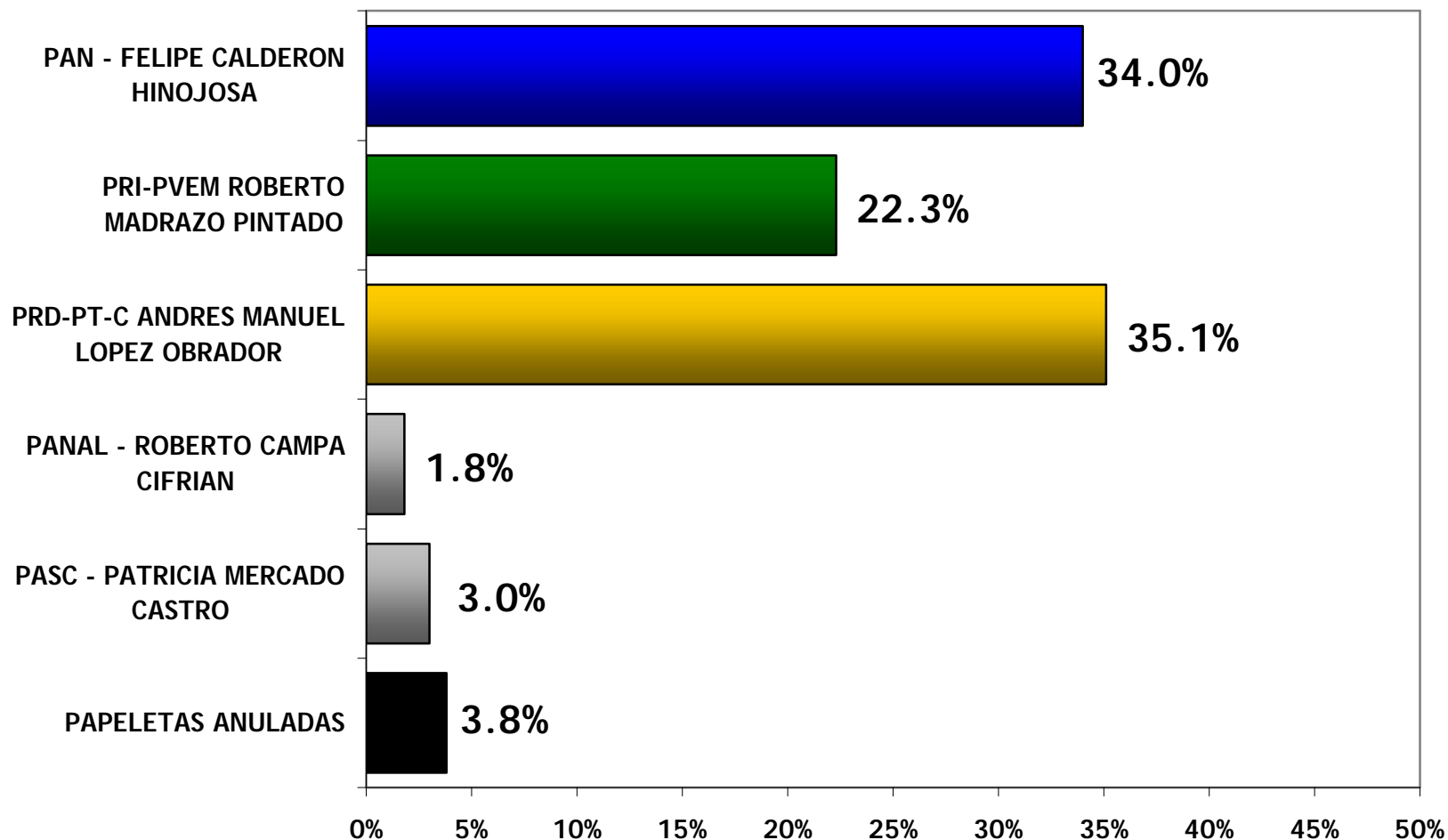


Instituto de Mercadotecnia y Opinión • *Institute of Marketing and Opinion*

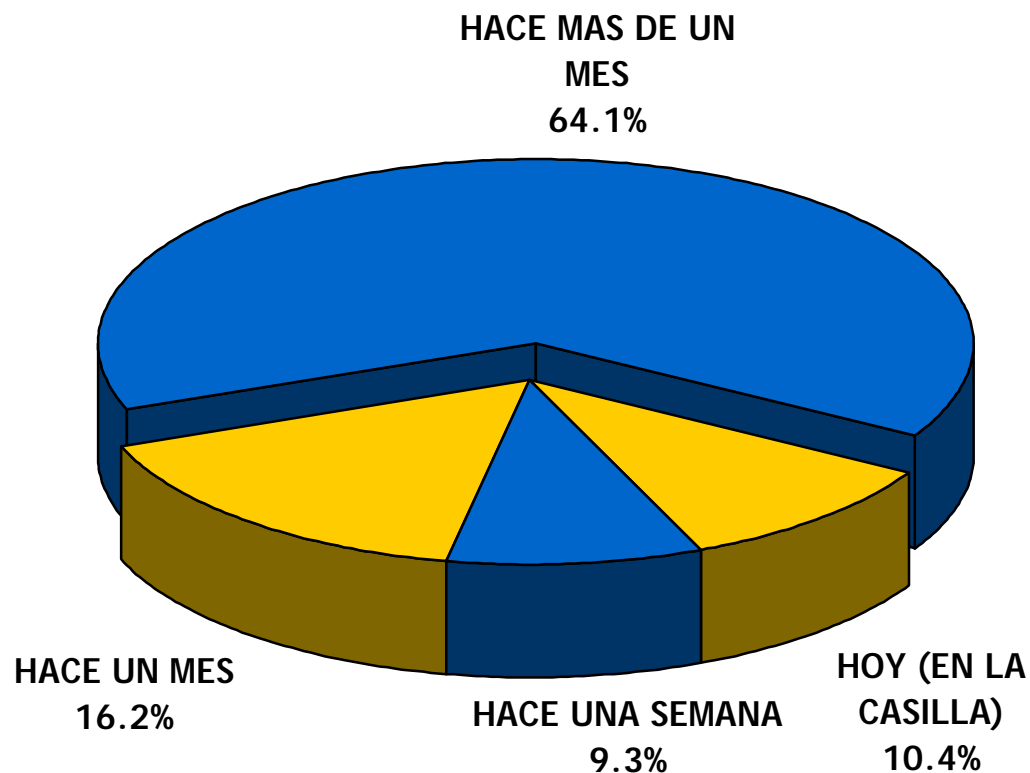
IMO: Miembro y Representante en México del ISSP

2 de Julio de 2006

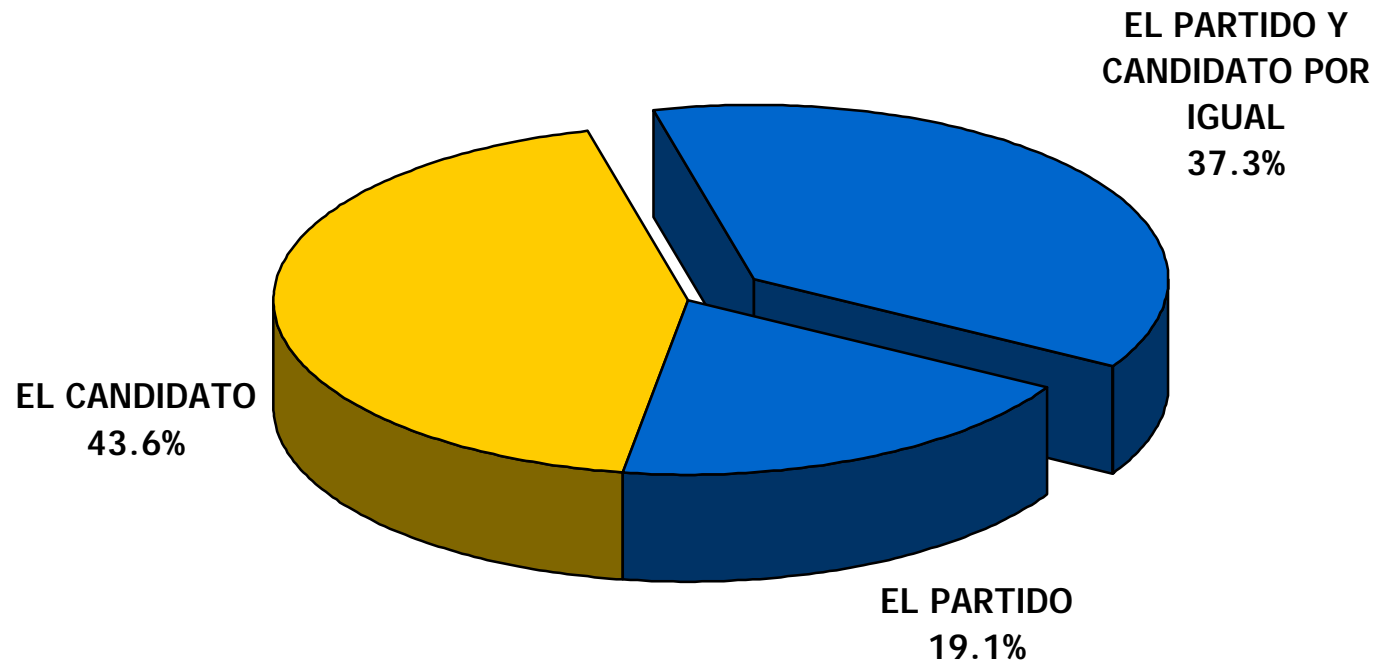
¿EN LA PAPELETA QUE LE VOY A ENTREGAR ME PODRIA SEÑALAR  
POR QUIEN VOTO PARA PRESIDENTE DE LA REPUBLICA?  
CONJUNTO NACIONAL



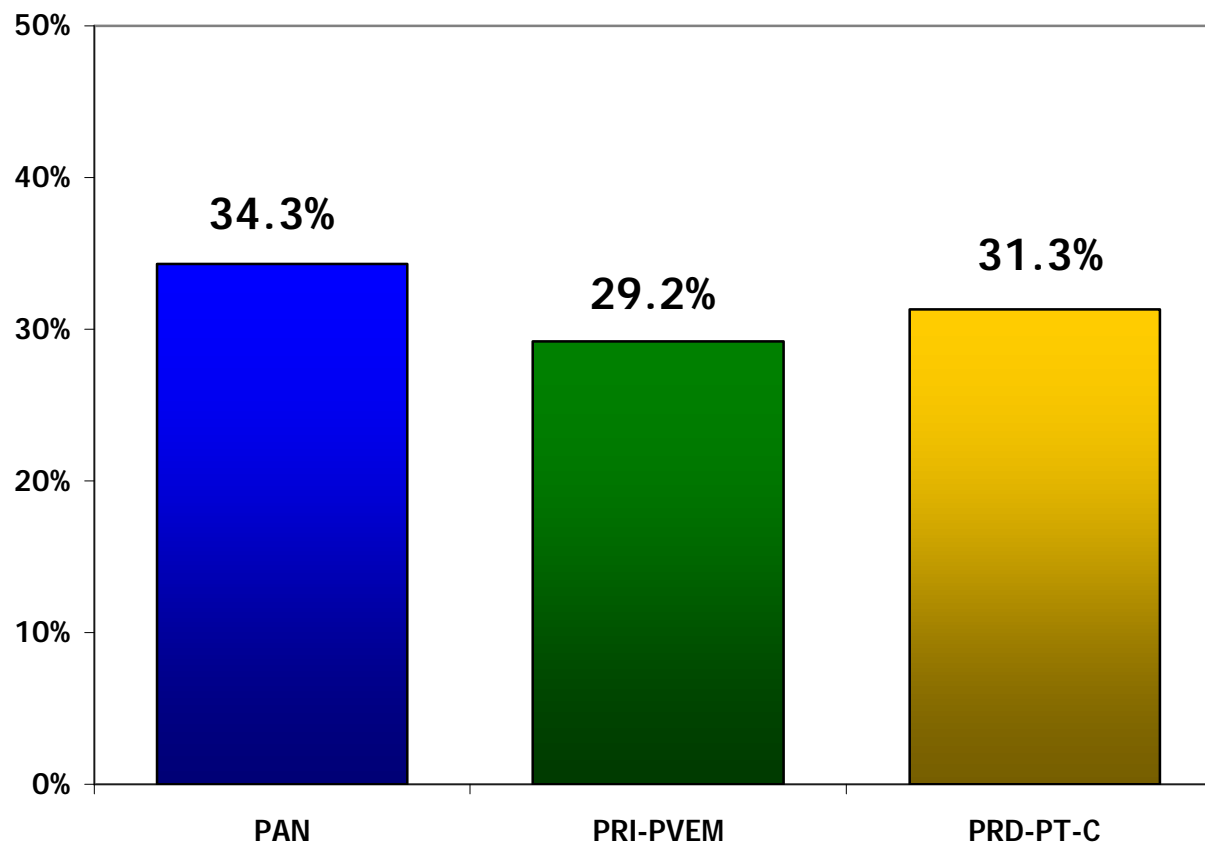
# ¿CUANDO DECIDIO SU VOTO PARA PRESIDENTE DE LA REPUBLICA? CONJUNTO NACIONAL



## ¿QUE FUE LO QUE MAS LO MOTIVO A VOTAR ASI? CONJUNTO NACIONAL

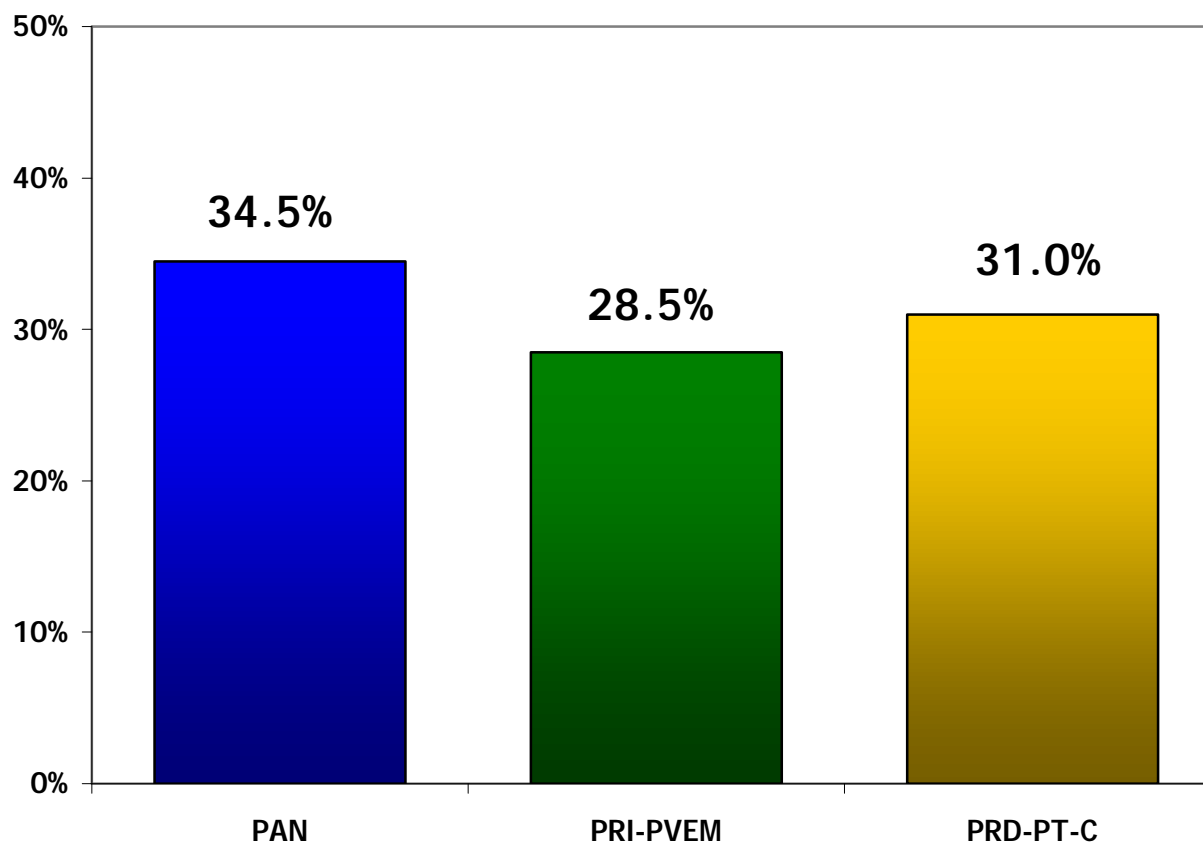


## ¿ME PODRIA DECIR POR CUAL PARTIDO VOTO PARA DIPUTADO FEDERAL? CONJUNTO NACIONAL



NOTA: EL RESULTADO NO DA 100% PORQUE NO INCLUYE: 1-PANAL, 2-PASC Y 3-PAPELETAS ANULADAS

## ¿ME PODRIA DECIR POR CUAL PARTIDO VOTO PARA SENADOR? CONJUNTO NACIONAL

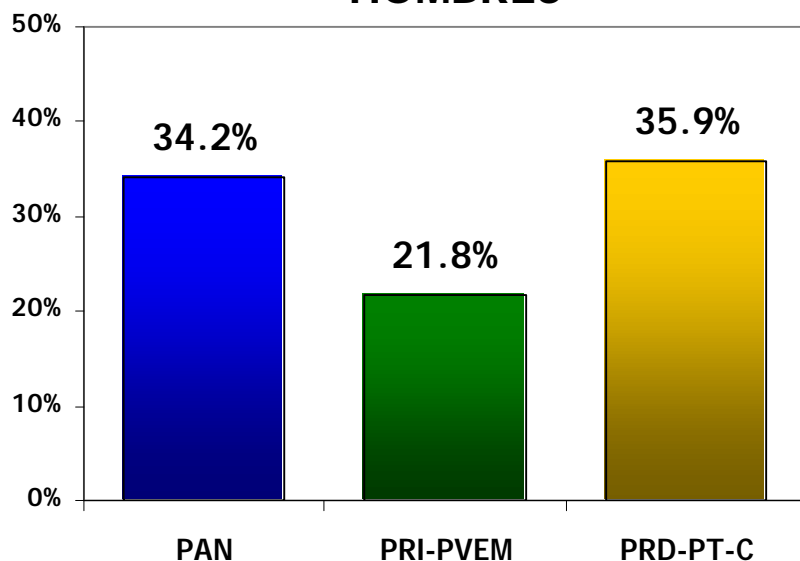


NOTA: EL RESULTADO NO DA 100% PORQUE NO INCLUYE: 1-PANAL, 2-PASC Y 3-PAPELETAS ANULADAS

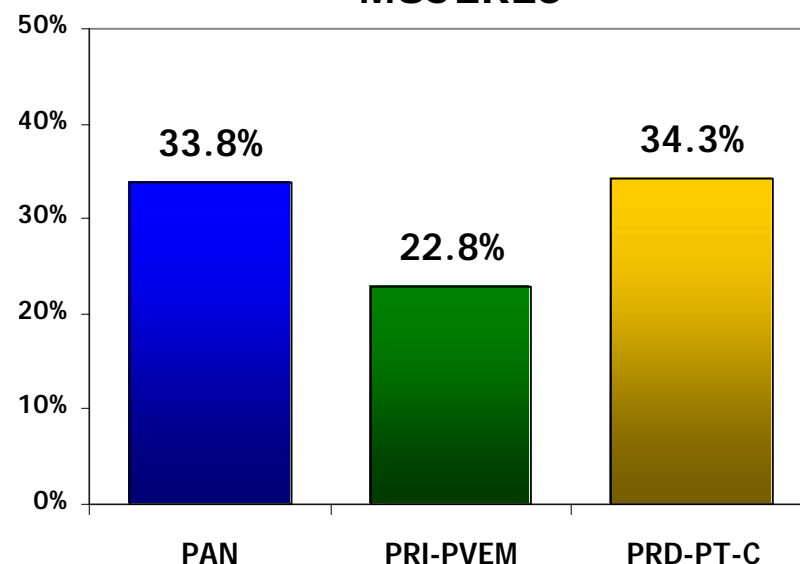
**ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA**  
**PERFIL DE LOS VOTANTES POR GENERO**  
CONJUNTO NACIONAL



**HOMBRES**



**MUJERES**



NOTA: EL RESULTADO NO DA 100% PORQUE NO INCLUYE: 1-PANAL, 2-PASC Y 3-PAPELETAS ANULADAS

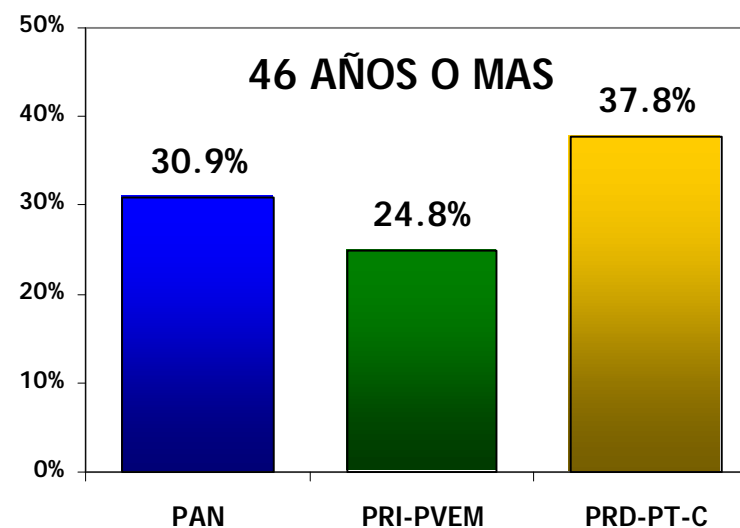
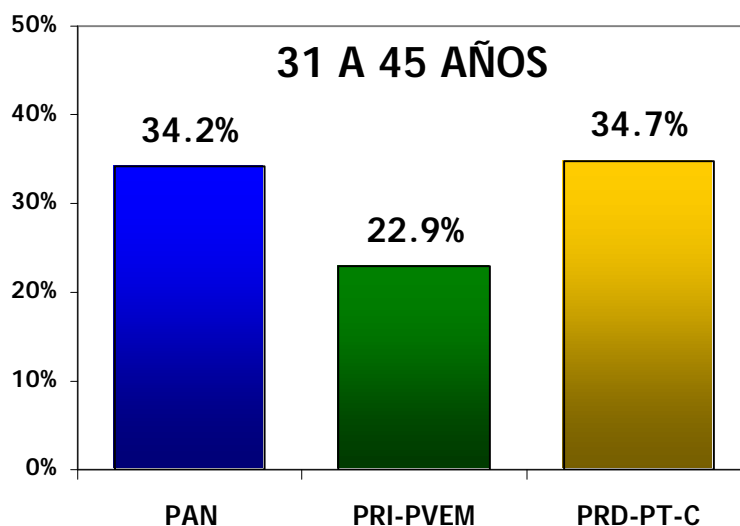
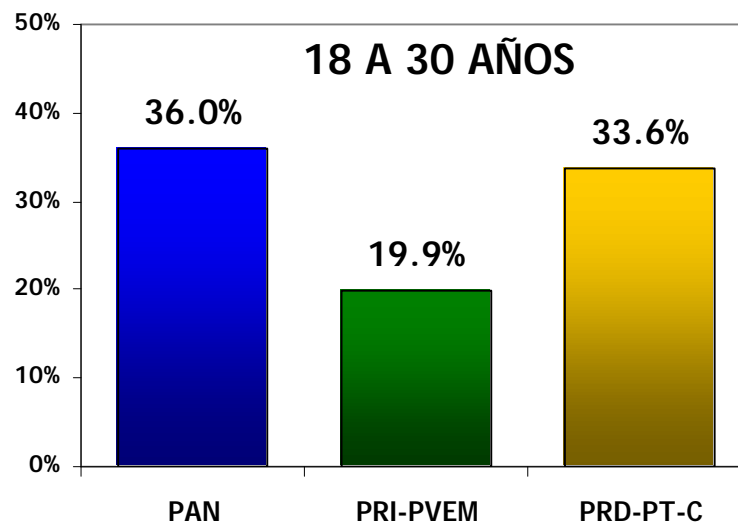


**Instituto de Mercadotecnia y Opinión • Institute of Marketing and Opinion**

**IMO: Miembro y Representante en México del ISSP**

2 de Julio de 2006

## ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA PERFIL DE LOS VOTANTES POR GRUPOS DE EDAD CONJUNTO NACIONAL



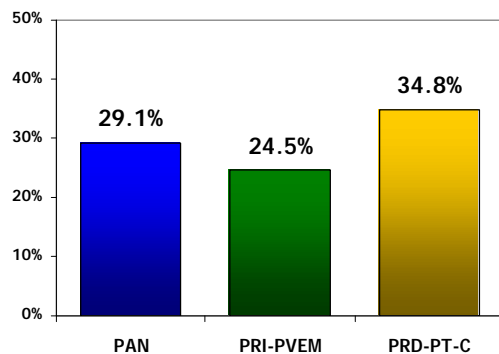
NOTA: EL RESULTADO NO DA 100% PORQUE NO INCLUYE: 1-PANAL, 2-PASC Y 3-PAPELETAS ANULADAS

# ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

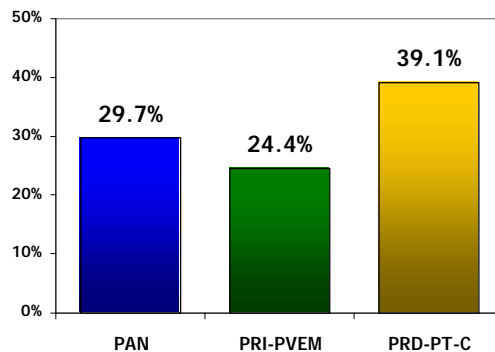
## PERFIL DE LOS VOTANTES POR GRUPOS DE INGRESOS (INGRESOS FAMILIARES MENSUALES)

### CONJUNTO NACIONAL

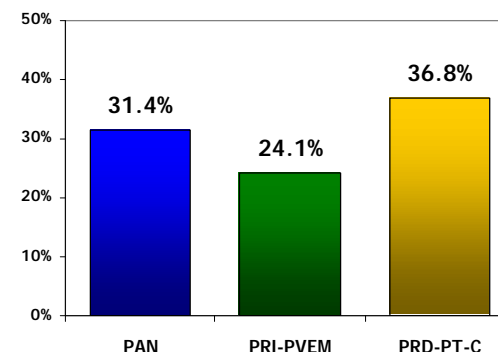
**SIN INGRESOS**



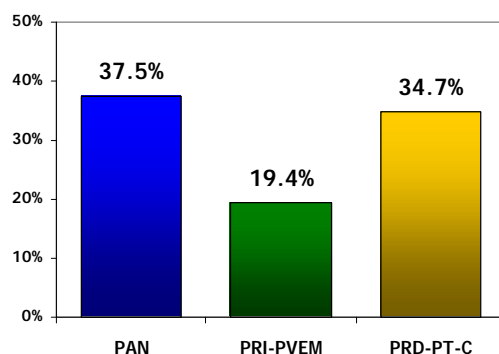
**\$1 HASTA \$1,246**



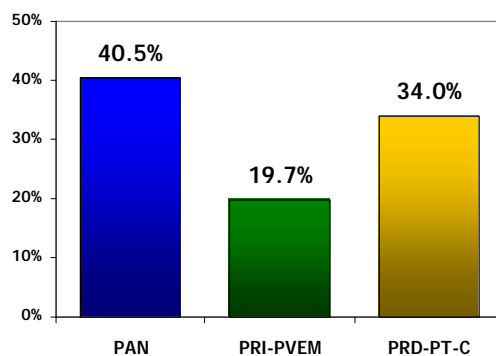
**\$1,247 HASTA \$2,492**



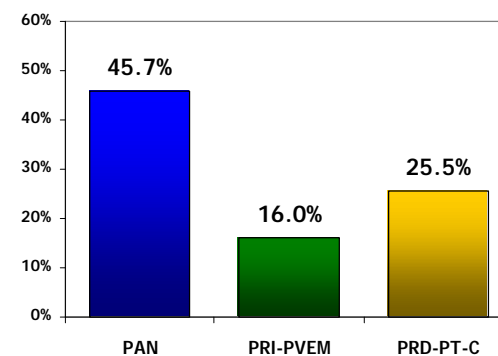
**\$2,493 HASTA \$6,230**



**\$6,231 HASTA \$12,459**

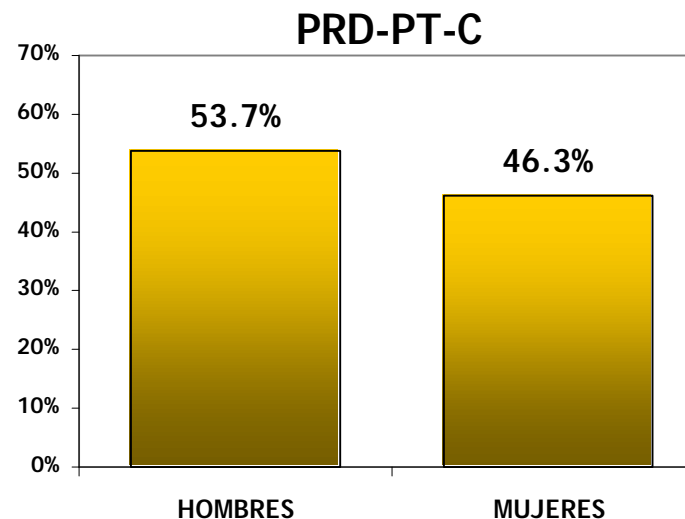
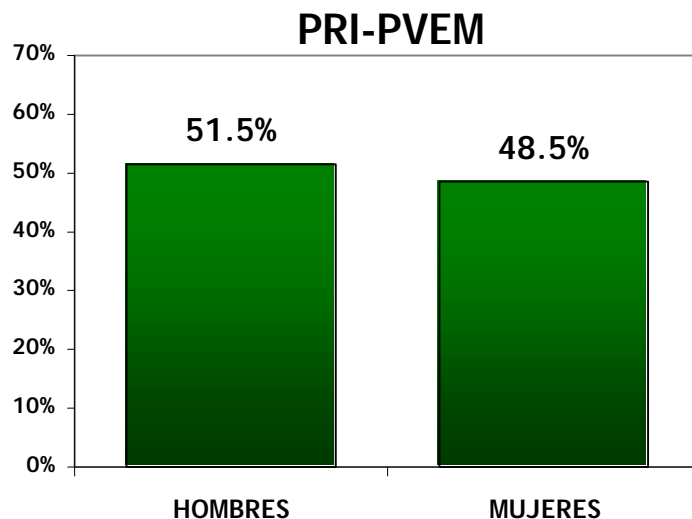
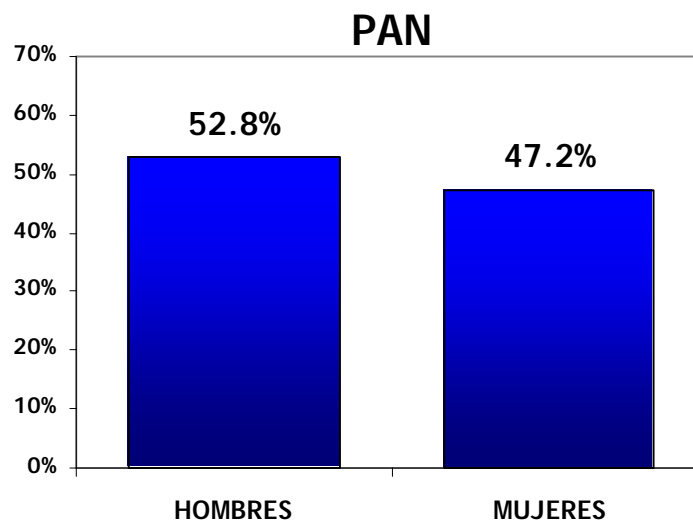


**\$12,460 O MAS**

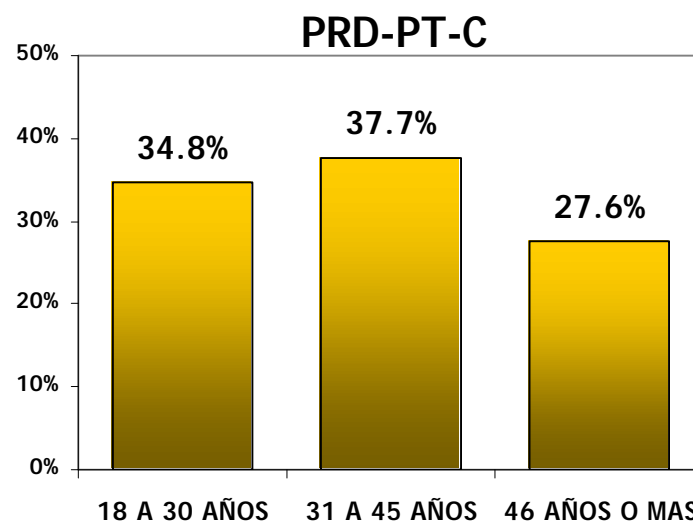
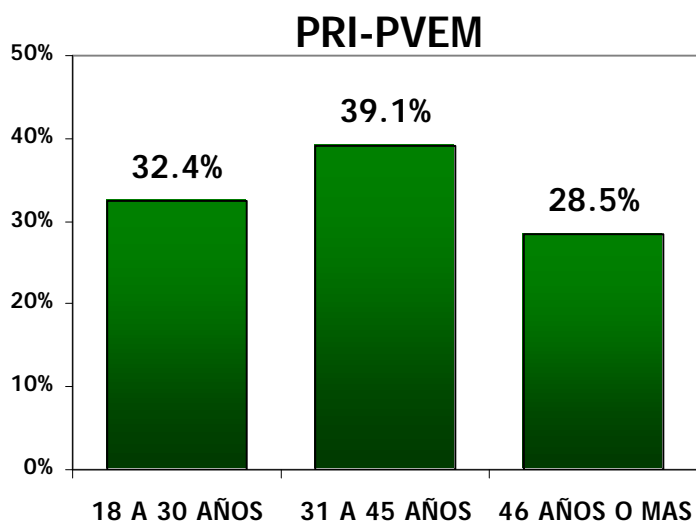
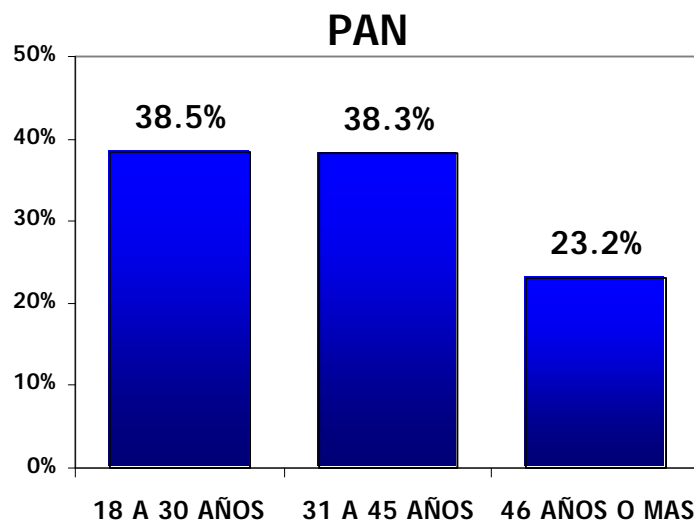


NOTA: EL RESULTADO NO DA 100% PORQUE NO INCLUYE: 1-PANAL, 2-PASC Y 3-PAPELETAS ANULADAS

**ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA  
ESTRUCTURA DEL VOTO DE LOS TRES PRINCIPALES  
PARTIDOS POLITICOS POR GENERO  
CONJUNTO NACIONAL**

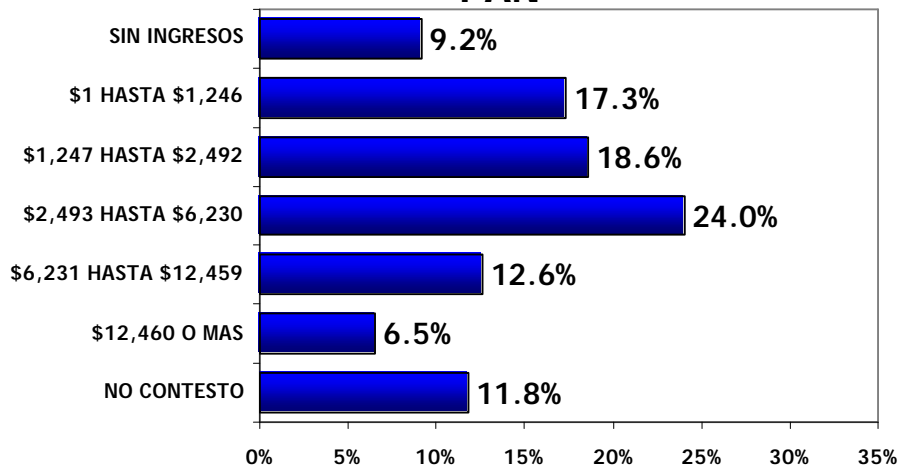


**ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA  
ESTRUCTURA DEL VOTO DE LOS TRES PRINCIPALES  
PARTIDOS POLITICOS POR GRUPOS DE EDAD  
CONJUNTO NACIONAL**

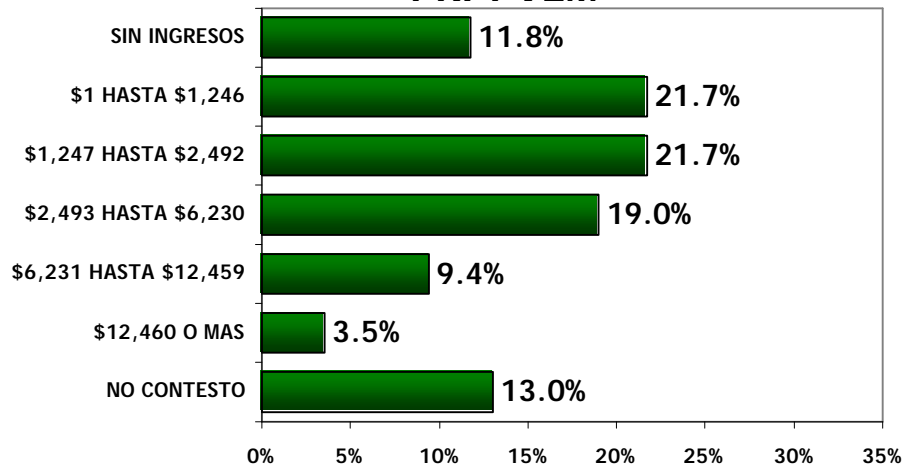


**ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA  
ESTRUCTURA DEL VOTO DE LOS TRES PRINCIPALES  
PARTIDOS POLITICOS POR GRUPOS DE INGRESOS  
(INGRESOS FAMILIARES MENSUALES)  
CONJUNTO NACIONAL**

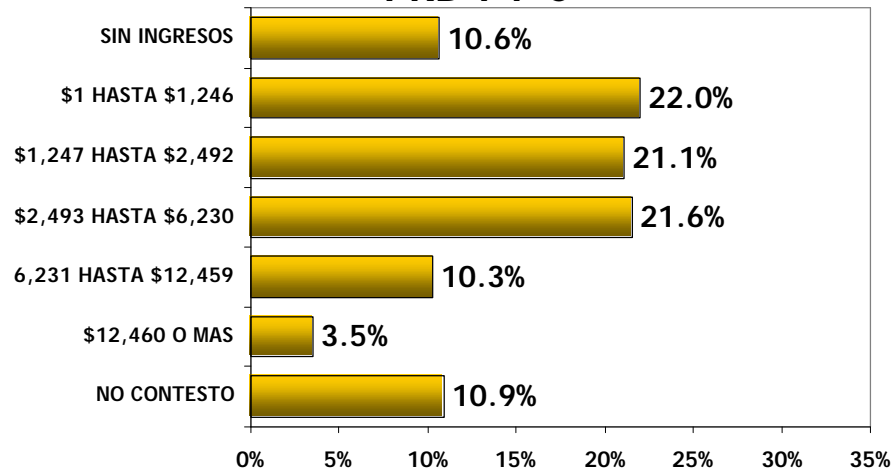
**PAN**



**PRI-PVEM**



**PRD-PT-C**



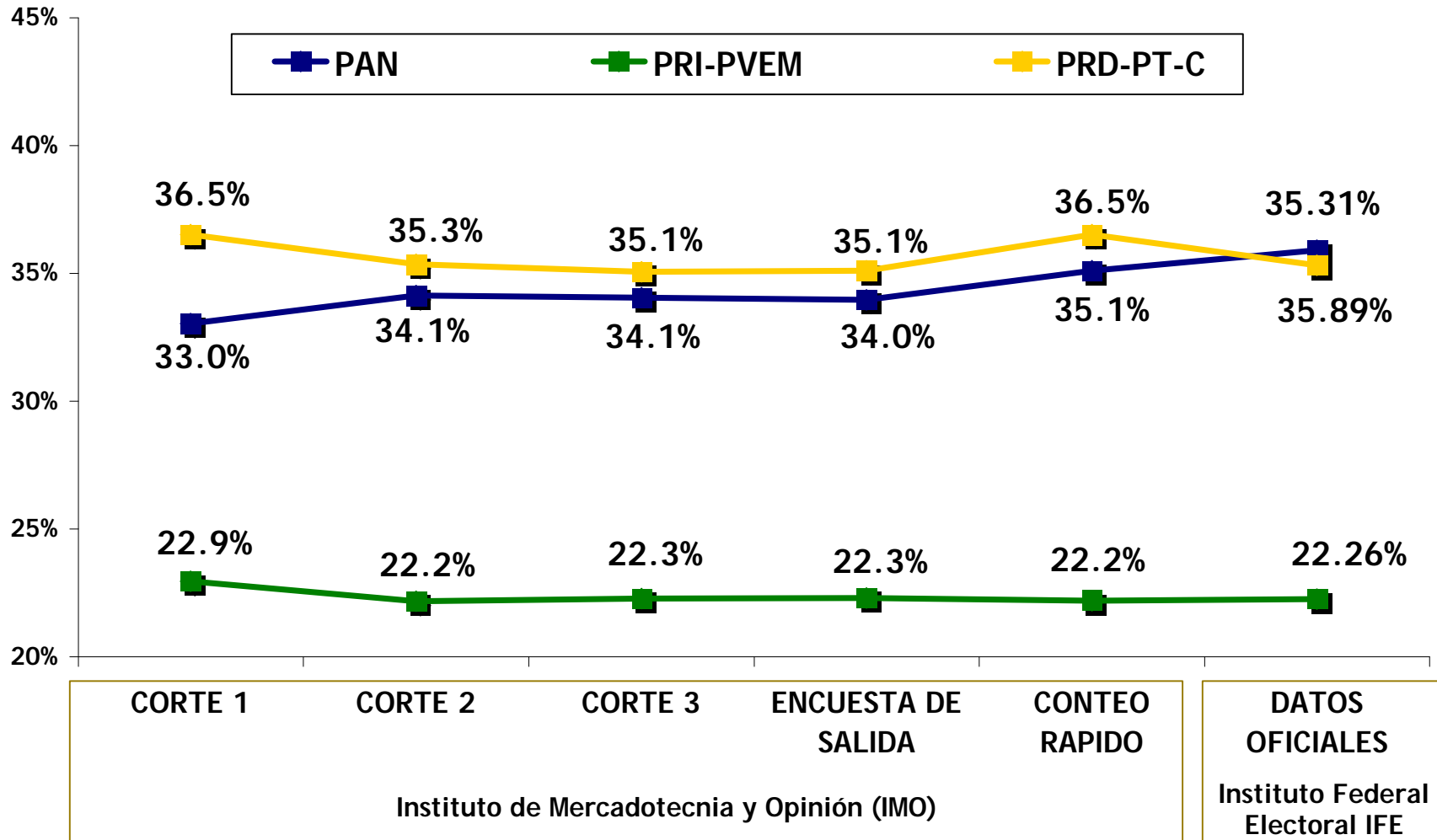
## ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

2 DE JULIO DE 2006  
CONJUNTO NACIONAL

	Elección de Presidente de la República		
	Instituto de Mercadotecnia y Opinión (IMO)		Instituto Federal Electoral (IFE)
	Encuesta de Salida	Conteo Rápido	Resultados del Cómputo Distrital
<b>PAN</b>	<b>34.0 %</b>	<b>35.1 %</b>	<b>35.89 %</b>
<b>PRI-PVEM</b>	<b>22.3 %</b>	<b>22.2 %</b>	<b>22.26 %</b>
<b>PRD-PT-C</b>	<b>35.1 %</b>	<b>36.5 %</b>	<b>35.31 %</b>
<b>PANAL</b>	<b>1.8 %</b>	<b>1.1 %</b>	<b>0.96 %</b>
<b>PASC</b>	<b>3.0 %</b>	<b>2.8 %</b>	<b>2.7 %</b>
<b>NULOS</b>	<b>3.8 %</b>	<b>2.3 %</b>	<b>2.16 %</b>

# ELECCION DE PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

2 DE JULIO DE 2006  
CONJUNTO NACIONAL



Instituto de Mercadotecnia y Opinión • Institute of Marketing and Opinion

IMO: Miembro y Representante en México del ISSP

2 de Julio de 2006