

Exclusivo para
LaJornada
Estado de México

Parametría
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

Suma 100% agregando "no sabe" y "no contesta".

*La opinión EFECTIVA resulta de restarle a la opinión POSITIVA (+) la opinión NEGATIVA (-).

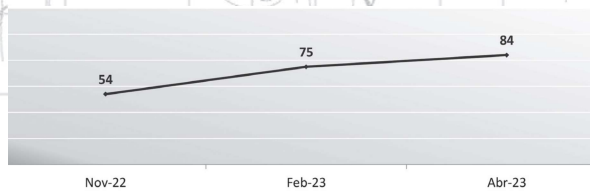
EVALUACIÓN DE CANDIDATAS A GOBERNADORA

¿Ha oído hablar o no de...?	¿Y cuál es su opinión sobre (...)?								
	(...)	Sí ha oído hablar de...	Muy Buena	Buena	Opinión POSITIVA (suma de muy buena y buena)	Mala	Muy mala	Opinión NEGATIVA (suma de mala y muy mala)	Opinión EFECTIVA*
Delfina Gómez		84%	15%	51%	66%	15%	6%	21%	45%
Alejandra del Moral		68%	8%	44%	52%	24%	9%	33%	19%

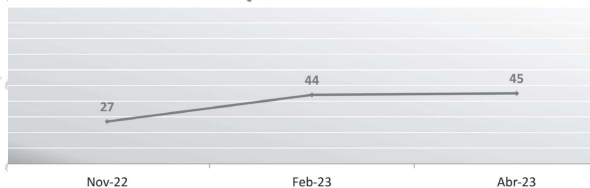
¿Ha oído hablar o no de...?	¿Y cuál es su opinión sobre (...)?								
	Delfina Gómez	Sí ha oído hablar de...	Muy Buena	Buena	Opinión POSITIVA (suma de muy buena y buena)	Mala	Muy mala	Opinión NEGATIVA (suma de mala y muy mala)	Opinión EFECTIVA*
Estatal		84%	15%	51%	66%	15%	6%	21%	45%
ZM Oriente		82%	16%	50%	66%	16%	6%	22%	44%
ZM Norte		85%	15%	50%	65%	12%	5%	17%	48%
Resto del edo		84%	13%	52%	65%	16%	7%	23%	42%

¿Ha oído hablar o no de...?	¿Y cuál es su opinión sobre (...)?								
	Alejandra del Moral	Sí ha oído hablar de...	Muy Buena	Buena	Opinión POSITIVA (suma de muy buena y buena)	Mala	Muy mala	Opinión NEGATIVA (suma de mala y muy mala)	Opinión EFECTIVA*
Estatal		68%	8%	44%	52%	24%	9%	33%	19%
ZM Oriente		62%	8%	44%	52%	25%	8%	33%	19%
ZM Norte		68%	6%	33%	39%	29%	15%	44%	-5%
Resto del edo		77%	11%	50%	61%	19%	7%	26%	35%

CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE DELFINA GÓMEZ

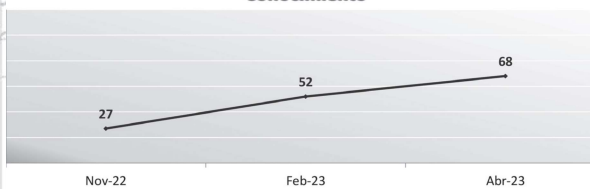


Opinión Efectiva*

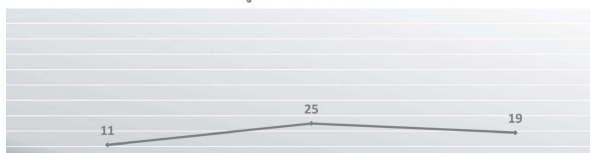


CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE ALEJANDRA DEL MORAL

Conocimiento



Opinión Efectiva*



Objetivo de Investigación: Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatas rumbo a la próxima elección de gobernadora en el Estado de México.

Fecha de levantamiento: Del 21 al 25 de abril de 2023.

Población objetivo: Personas de 18 años en adelante con credencial de elector vigente residentes del Estado de México.

COLUMNA INVITADA

Imagen de partido contra imagen de candidato

FRANCISCO ABUNDIS*

EN LOS DATOS registrados en la reciente medición realizada por Parametría en el Estado de México se observa un gran contraste entre la imagen positiva de Alejandra del Moral y la imagen negativa de los partidos que representa: PAN-PRI y PRD

ES CLARO QUE A NIVEL NACIONAL los partidos de oposición pasan por una crisis de imagen desde hace algún tiempo. Es muy difícil que un elector vote por un partido del cual

tiene una opinión negativa.

EN BUENA MEDIDA EL DISCURSO PRESIDENCIAL ha contribuido a este daño en la imagen. Al hablar en su conferencia matutina de manera frecuente de la corrupción del pasado, de las malas prácticas de gobiernos anteriores, de sus lujos, etc. ha minado su credibilidad y dañado su reputación.

EL MAPA QUE VEMOS En el Estado de México es muy similar al que vemos en el país. El Partido Revolucionario Institucional, el Partido Acción Nacional y el Partido de la Revolución Democrática en números negativos. Mientras Morena se

ubica en el cuadrante de números positivos, sin duda sustentada en su vinculación con el Presidente López Obrador.

NORMALMENTE EN LA MEDIDA que se le conoce mejor a un candidato más se le puede votar. Este sería el caso de Alejandra del Moral si no cargara el peso de los logos que representa. El crecimiento del nombre de la candidata de la alianza PAN-PRI-PRD ha sido rápido y continuo, lo cual es indicativo de una campaña bien llevada, pero con claras limitantes estructurales.

ES MUY EVIDENTE la estrategia de su campaña. Alejarla lo más posible del logo y los colores del PRI. Hacerla pasar por una candidata ciudadana o la candidata de los partidos que en términos relativos tienen mejor imagen (PRD y PAN). En su publicidad, en sus spots, en sus eventos, los colores que porta son el blanco y el

azul, como si fuera candidata del PAN. Esto puede aminorar ligeramente la carga de ser la candidata oficialista del PRI, pero no resuelve del todo.

NO ES SORPRENDENTE que Delfina Gómez tenga buena imagen. En parte deviene de su pertenencia a Morena y en otra que es la segunda vez que conteniendo como candidata. Al parecer los escándalos le han afectado más a nivel nacional que local. El nivel de conocimiento de estos escándalos al inicio de su campaña no llegaba a más del 30 por ciento del electorado.

EN RESUMEN, ESTOS DATOS también parecen corroborar la ventaja de la candidata de la candidata común de Juntos Hacemos Historia, sobre la candidata Alejandra del Moral, de la coalición Va por el Estado de México.

*DIRECTOR DE PARAMETRIA