



Peruvian Elections

Ipsos communication strategy
& campaign

Strategic alliances

The logo for El Comercio, featuring the text "El Comercio" in a black, serif font centered on a solid yellow rectangular background.

El Comercio



In this electoral campaign, Ipsos Peru renewed its alliance with **El Comercio** (daily national newspaper), **América Televisión** and **CanalN** (broadcasters). These mass media outlets have had the exclusive rights to publish our polls for more than 20 years now.

Along 2016, poll results have been published almost every Sunday via these mass media companies. In order to gain higher exposure, the Ipsos communications strategy focused on sharing the results on social media, mixing useful information with appealing graphic design.

What was done?



We used **Twitter** and **Facebook** to compliment the exposure given to our poll results in mass media.



In all posts, we used the hashtags **#Voto2016** (used by America TV and Canal N) and **#Ipsos**



First ballot

Poll results publishing dates in mass media

March 2016							April 2016												
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado						
		1	2	3	4	5							1	2					
6	7	8	9	10	11	12	  Debate	3	4	5	6	7	8	9					
 13	14	15	16	17	18	19	 ELECTION DAY	10	Poll publication prohibition					11	12	13	14	15	16
 20	21	22	23	24	25	26		17	18	19	20	21	22	23					
 27	 28	29	30	31				24	25	26	27	28	29	30					

Electoral poll results in “El Comercio”

Sunday 13/03/2016



Sunday 20/03/2016

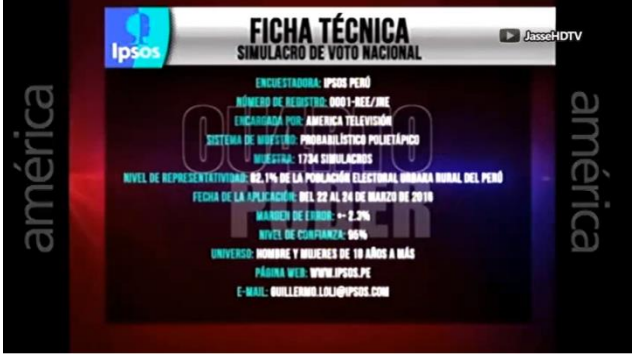
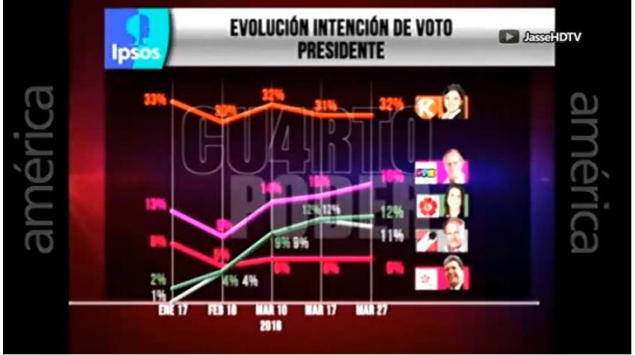


Sunday 03/04/2016



Electoral polls' results on América Televisión - 27/03/2016

América Televisión also presented our polls' results with exclusivity and novelty rights
 The entire show can be watched at: <https://www.youtube.com/watch?v=AaC-sbphPn0>



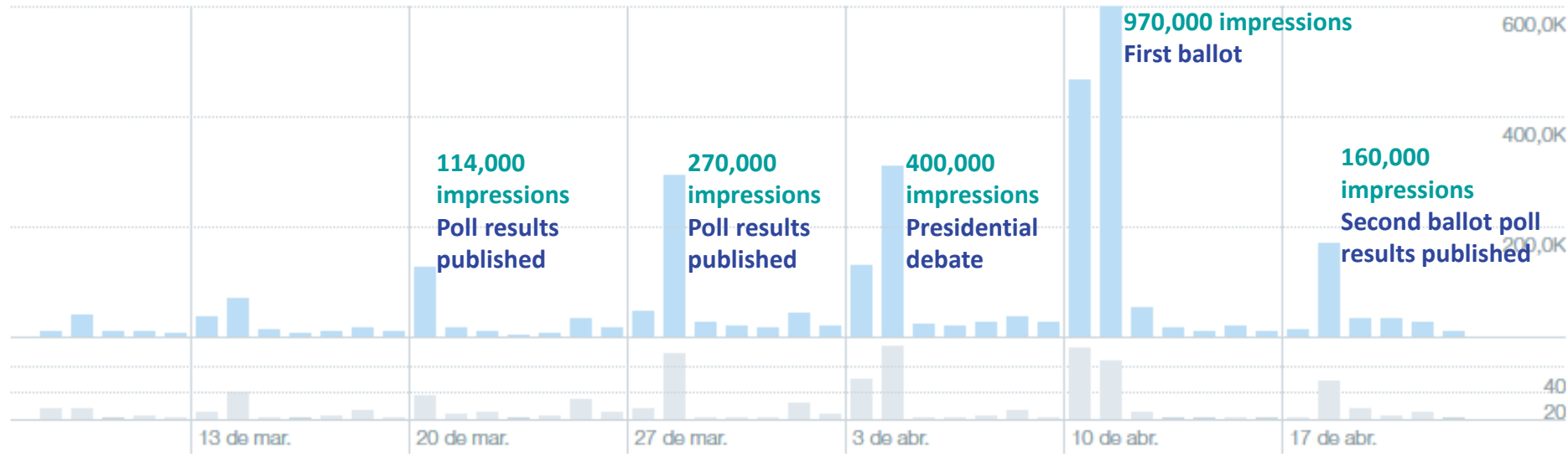


Communicating through Ipsos Social Media Outlets

Twitter analytics: impressions

“Impressions” are how many times our tweets showed up in people’s feeds

Your tweets got 2.7M impressions in this last period (46 days)

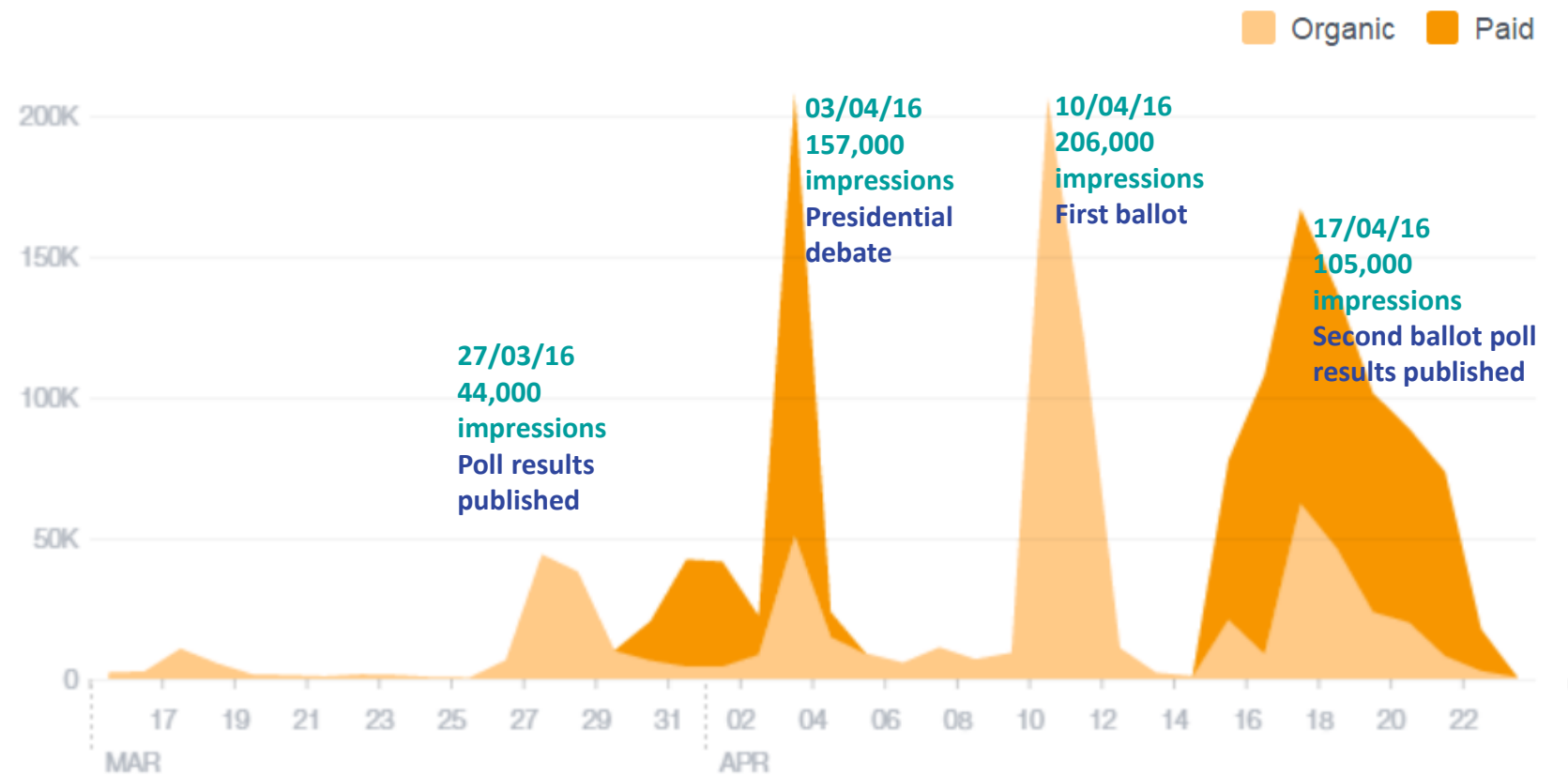


28 day summary



Facebook analytics: impressions

"Impressions" are how many times our tweets showed up in people's feeds





How we did it

Early communication – Poll publication dates reminders

www.ipsos.pe

#Voto2016

03/04

Última encuesta electoral de Ipsos Perú y El Comercio

MARKETING
LOYALTY
CONNECT
PUBLIC AFFAIRS

Ipsos

Ipsos Perú @ipsosperu · 25 mar.
Este domingo en @Cuarto_Poder, no te pierdas la última encuesta de intención de voto de #Ipsos #Voto2016

48 42

www.ipsos.com

20/03

Publicación de la próxima encuesta electoral de Ipsos Perú y El Comercio.

Ipsos

www.ipsos.com

13/03

Publicación de la próxima encuesta electoral de Ipsos Perú y El Comercio.

Ipsos

During the weeks prior to the election day, we published posts that reminded of the publication dates of Ipsos poll results on El Comercio and América Televisión.

Ipsos Perú @ipsosperu · 3 abr.
Revisa los resultados de la semana pasada antes de la encuesta de mañana #Ipsos #Voto2016 [goo.gl/mpq7aL](#)

Ipsos Perú @ipsosperu · 18 mar.
#OpiniónData #Voto2016 Hasta la semana pasada, 62% aprobaba la gestión de la #ONPE [goo.gl/LWODuw](#)

Ipsos Perú @ipsosperu · 18 mar.
#OpiniónData #Voto2016 Recuerda los resultados de la encuesta del 13/03 en [goo.gl/LWODuw](#)

Ipsos Perú @ipsosperu · 18 mar.
#OpiniónData #Voto2016 Hasta la semana pasada 48% aprobaba la gestión del #JNE [goo.gl/LWODuw](#)

In order to increase expectations of the announced poll results publication, we published posts that showed previous polls' results.

Ipsos Perú @ipsosperu · 2 abr.
#Voto2016 El antivoto de #KeikoFujimori se ha multiplicado por 1.4 en lo que va de la campaña

Evolución del antivoto de Keiko Fujimori desde que empezó la campaña

Fecha	Antivoto (%)
16 Ene 16	34%
16 Feb 16	40%
13 Mar 16	49%
20 Mar 16	46%
27 Mar 16	49%

[www.ipsos.pe](#)

Ipsos Perú @ipsosperu · 2 abr.
#Voto2016 El antivoto de #PPK ha aumentado 1.2 veces en lo que va de la campaña

Evolución del antivoto de Pedro Pablo Kuczynski desde que empezó la campaña

Fecha	Antivoto (%)
16 Ene 16	32%
16 Feb 16	38%
13 Mar 16	37%
20 Mar 16	35%
27 Mar 16	37%

[www.ipsos.pe](#)

Early communication – Poll results published in El Comercio

Ipsos Public Affairs

Ipsos Perú @ipsosperu · 20 mar.
Principal razón de voto de #AlfredoBarnechea: Tiene buenas ideas #Voto2016 #Ipsos

Ipsos Perú @ipsosperu · 20 mar.
Principal razón de voto de #KeikoFujimori: Es mujer

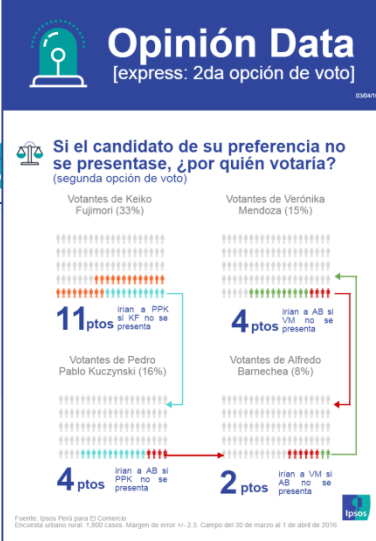
Ipsos Perú @ipsosperu · 20 mar.
Segunda vuelta #Voto2016 #Ipsos
#PPK 43 - #KeikoFujimori 41
#KeikoFujimori 41- #AlfredoBarnechea 40
#KeikoFujimori 42 - #VeronikaMendoza 40

Ipsos Perú @ipsosperu · 20 mar.
Definitivamente no votaría por:
#KeikoFujimori 46
#PPK 35
#AlfredoBarnechea 32
#VeronikaMendoza 36
#AlanGarcia 69
#Voto2016 #Ipsos

Ipsos Perú @ipsosperu · 20 mar.
Si #KeikoFujimori no se presentara, sus votantes irían principalmente a #PPK (33%) y a Blanco/Miciado/No sabe (33%) #Voto2016 #Ipsos



Ipsos Perú @ipsosperu · 20 mar.
Principal razón de voto de #PPK: tiene experiencia y es el mejor para mejorar la economía #Ipsos #Voto2016



On the dates El Comercio published our polls' results, we also published them on our social media outlets

Ipsos Perú @ipsosperu · 3 abr.
Ultimo simulacro de votación de #Ipsos y @elcomercio:
#KeikoFujimori 34.4%
#PPK 16.8%
#VeronikaMendoza 15.5%
#AlfredoBarnechea 8.0%

Early communication – Poll results published on América Televisión

Poll results published on América Televisión were commented in real time on our social media outlets

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
Ya falta menos de una hora para los resultados de intención de voto
#Ipsos
No te pierdas @Cuarto_Poder, hoy a las 8pm #Voto2016

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
Resultados de simulacro de votación de #Ipsos y @americatv_peru en:



Opinión Data Express: Simulacro
Opinión Data Express: Simulacro | Piktochart Infographic Editor
magic.piktochart.com

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
En breve en @Cuarto_Poder resultados de escenarios de segunda vuelta de encuesta de #Ipsos #Voto2016

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
#Antivoto #PPK 37%
#Ipsos @Cuarto_Poder

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
"#KeikoFujimori y #PPK han sostenido su intención de voto, no han perdido votos a pesar de ataques" @AlfredoMTorres @Cuarto_Poder

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
"49% es el antivoto más alto de #KeikoFujimori en lo que va de la campaña" @AlfredoMTorres @Cuarto_Poder

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
Razón por la que probablemente no votaría por #KeikoFujimori
Gob de su padre 53%
Capacidades y propuestas 38%

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
Simulacro #Voto2016 #Ipsos @Cuarto_Poder
#KeikoFujimori 32.1
#PPK 16.0
#VeronikaMendoza 12.1
#AlfredoBarnechea 11.1
#AlanGarcia 6.2

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
Ahora en @Cuarto_Poder, @AlfredoMTorres comentando la última encuesta de #Ipsos

Ipsos Perú @ipsosperu · 28 mar.
57% piensa que el #JNE actúa para favorecer intereses políticos #Ipsos @Cuarto_Poder

Early communication



Presidential debate, 03/04/2016



Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
#debatepresidencial Habla #PPK, quien tiene 16.8% de intención de voto, según simulacro de #Ipsos

The televised presidential debate was also commented in real time on our social media outlets. The issues debated were complimented with Ipsos empirical data.

Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
Empieza #debatepresidencial. 1er tema "visión del país"

Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
#debatepresidencial La principal razón de voto de @AlanGarciaPeru es que tiene experiencia, según encuesta de #Ipsos del 20/03

Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
#debatepresidencial ¿Quién crees que está ganando el debate presidencial?

Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
#debatepresidencial En el 2013, 50% de los informados pensaba que la reforma del servicio civil iba a tener un impacto positivo

Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
#Voto2016 #Ipsos A partir de mañana el #JNE prohíbe publicar encuestas electorales. Pueden revisar las anteriores en ipsos.pe



Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
En pocos minutos Alfredo Torres comenta la última encuesta de @ipsosperu en @Cuarto_Poder #Voto2016

Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
. @AlfredoMTorres en @Cuarto_Poder:
#KeikoFujimori fue más efectiva en temas políticos y #PPK en temas económicos.
@ipsosperu #Voto2016

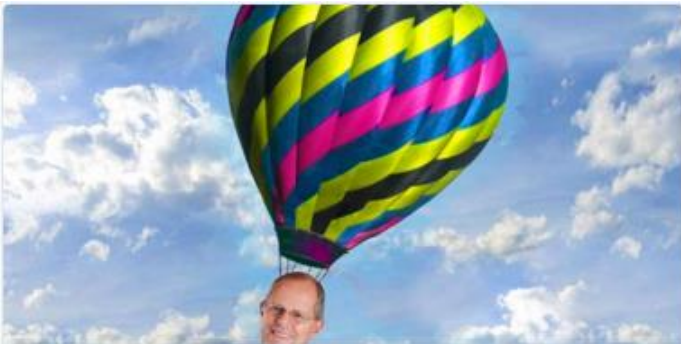
Ipsos Perú @ipsosperu · 4 abr.
"Cuando preguntamos la gente dice que el cambio de modelo es más seguridad, mejor educación" @AlfredoMTorres @Cuarto_Poder

Alfredo Torres commented the presidential debate on América Televisión. He complimented the issues discussed in the debate with Ipsos data. His remarks were shared on social media.

The entire show can be watched at:
<https://www.youtube.com/watch?v=Kh1ZKjqiyjE>

Early communication- Alfredo Torres' articles

Alfredo Torres' articles on the campaign were also shared on social media



El momento de PPK, por Alfredo Torres
Respecto a la nueva encuesta de El Comercio - Ipsos.



Avanzan Barnechea y Mendoza, por Alfredo Torres
El cambio más importante que se observa entre la encuesta de El Comercio-Ipsos que se publica hoy y la que se publicó hace una semana es el avance...
elcomercio.pe




La arremetida de Verónica Mendoza, por Alfredo Torres
El avance de la candidata del Frente Amplio se ha dado sobre todo en el interior del país y especialmente en la zona rural.
elcomercio.pe




Balance y liquidación de la primera vuelta, por Alfredo Torres
Las elecciones presidenciales suelen concluir con un ganador y varios derrotados. Las del 10 de abril, en cambio, han dejado como curiosa con...
elcomercio.pe

¿Cómo se hace la encuesta a boca de urna?


guía para entender el flash electoral




¿Cuándo?
El día de las elecciones




¿Dónde?
Afuera de los locales de votación




¿A quiénes?
A electores de una muestra de centros de votación




¿En qué regiones?
En todo el país




¿Qué se pregunta?
Por quién votaron para Presidente, Congreso y Parlamento Andino




¿Cómo se eligen?
Se seleccionan personas aleatoriamente, de acuerdo a cuotas de género y edad




¿Qué se obtiene?
Tendencias que nos acercan a los resultados finales



¿A qué hora se publica?
A las 4:00 pm, cuando cierran las mesas de votación




¿En dónde?
En #Voto2016 por América TV y Canal N.




¿Cómo se hace el conteo rápido?


guía para entender el flash electoral




¿Cuándo?
El día de las elecciones.




¿A qué hora?
Cuando termina el conteo de votos en las mesas de votación.




¿Qué se hace?
Se recogen los resultados de una muestra de mesas de votación.




¿Qué se obtiene?
Estimación de los resultados finales con un margen de error de +/- 1 punto porcentual




¿En qué regiones?
En todo el país.




¿Dónde?
En una muestra representativa de locales de votación.



¿Cómo se publica?
Se publican progresivamente avances de las mesas escrutadas.



¿En dónde?
En #Voto2016 por América TV y Canal N



In order to prepare our social media followers for election day, we published infographics that explained what these two different methods meant and how they worked technically.

Simulacro confidencial

al 9 de abril de 2016

Por favor, recuerde que el presente simulacro no podrá ser difundido a través de ningún medio público de comunicación, como se menciona en el Artículo 199 de la Ley Orgánica de Elecciones, donde se establece que "la publicación o difusión de encuestas y proyecciones de cualquier naturaleza sobre los resultados de las elecciones o elecciones de los medios de comunicación puede efectuarse hasta el domingo anterior al día de la elección". En cumplimiento a la ley vigente, Ipsos autoriza la publicación o difusión de la presente información, en los medios de comunicación masiva, en redes sociales, quedando cualquier publicación o difusión bajo responsabilidad del infractor, a quien se le puede imponer una multa fijada por el Jurado Nacional de Elecciones de entre 10 y 100 unidades impositivas tributarias.

Análisis

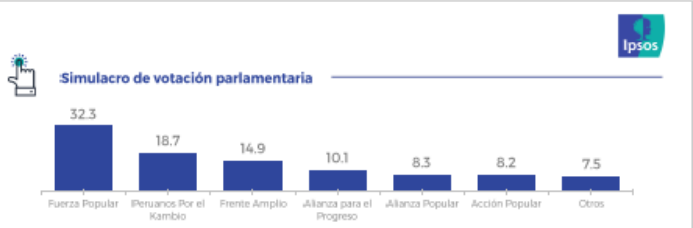
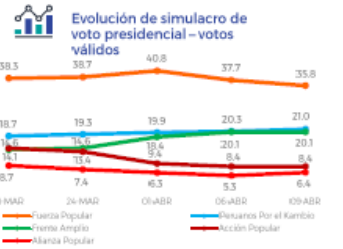
En el simulacro efectuado por Ipsos hoy sábado 9 se mantiene el liderazgo de Keiko Fujimori y el virtual empate estadístico entre Pedro Pablo Kuczynski y Verónica Mendoza. En la última semana, la ventaja de Fujimori se ha reducido, lo que permite afirmar que no ganará en primera vuelta, pero que sí tiene su pase asegurado a la segunda vuelta con la mayor votación. La segunda ubicación sigue siendo estrechamente disputada por Kuczynski, que ha avanzado en Lima, y Mendoza, que ha crecido en el sur, donde ya ocupa el primer lugar en varias regiones. Ambos han crecido ligeramente respecto de la semana anterior y la diferencia que los separa continúa dentro del margen de error. Con respecto a los demás candidatos, se confirman las siguientes posiciones para Alfredo Barnechea, Alan García y Gregorio Santos, en ese orden.

En cuanto al Congreso de la República, se corroboran los estimados preliminares de alrededor de 60 congresistas para Fuerza Popular y alrededor de 25 para PPK y Frente Amplio, cada uno. También se puede anticipar que es probable que Alianza por el Progreso tenga más congresistas que Acción Popular y Alianza Popular y que serán seis las agrupaciones que alcanzarán representación parlamentaria. Democracia Directa tendrá una alta votación en Cajamarca y Puno pero aparentemente no le alcanzará para pasar la valla electoral.

Alfredo Torres G.
Presidente Ejecutivo
Ipsos Perú

Resultados simulacro

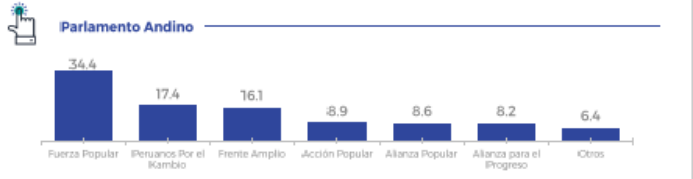
AGROPACIÓN	1 de abril	6 de abril	9 de abril
FUERZA POPULAR	40.8	37.7	35.8
PERUANOS POR EL CAMBIO	19.9	20.3	21.0
FRENTE AMPLIO	18.4	20.1	20.1
ACCIÓN POPULAR	9.4	8.4	8.4
ALIANZA POPULAR	6.3	5.3	6.4
DEMOCRACIA DIRECTA	2.2	3.4	3.3
OTROS	3.0	4.8	5.0



Composición del Congreso

Número de curules aplicando cifra repartidora

	Fuerza Popular	Peruanos Por el Cambio	Frente Amplio	Alianza para el Progreso	Acción Popular	Alianza Popular	Total
Lima	13	12	4	1	3	3	36
Interior	47	15	18	8	4	2	94
Perú	60	27	22	9	7	5	130



Composición del Parlamento Andino

Número de curules aplicando cifra repartidora

	Fuerza Popular	Peruanos Por el Cambio	Frente Amplio	Total
Perú	3	1	1	5

Ficha técnica

a) Nombre del encuestador: Ipsos Opinión/ Mercados S.A.

b) Metodología y técnica: Simulacro de voto en hogares a personas mayores de 18 años aptas para votar en todos los departamentos del Perú. Se usó la técnica de simulación electoral con replicas de árbitros y unidades de muestreo. El muestreo fue probabilístico, por etapas y estratificado por distritos con selección por computadora de manzanas y selección sistemática de hogares, con muestreo de los habitantes. Se utilizaron cuotas de edad y sexo correspondientes a la distribución oficial de la población electoral del país.

c) Fecha de realización: 9 de abril del 2016.

d) Tamaño de muestra: 7,240 electores hábiles.

e) Lugares de realización y cobertura: 26 distritos electorales que representan el 100% de la población electoral del Perú.

f) Margen de error calculado: Se estima que los resultados tienen un margen de error muestral de aproximadamente +/- 1.2%, asumiendo un nivel de confianza del 95% y una variabilidad máxima (p=0.5).

The day before the elections we shared among trusted clients our latest voting drill, which was conducted that same day.

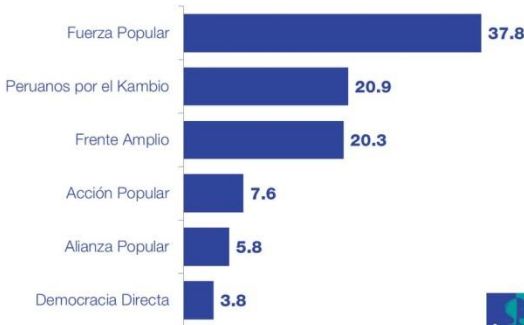
First ballot voting day: The exit poll April 10, 2016

On voting day polling stations closed at 4:00 pm. Also at that time, América Televisión published Ipsos' exit poll results. The results were shared simultaneously on our social media outlets.

www.ipsos.pe

Resultados boca de urna

Elecciones presidenciales (%)

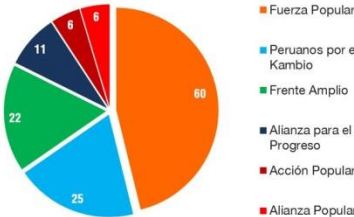


Anuncio de Boca de Urna en América TV: <https://www.youtube.com/watch?v=msffftjntms>

www.ipsos.pe

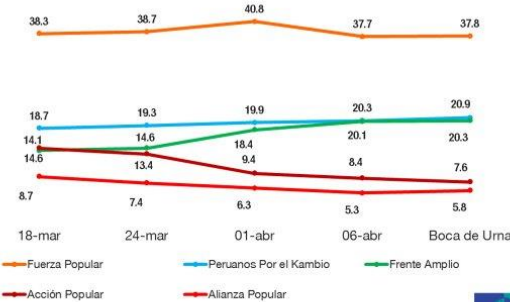
Composición del Congreso

Número de curules (Boca de urna)



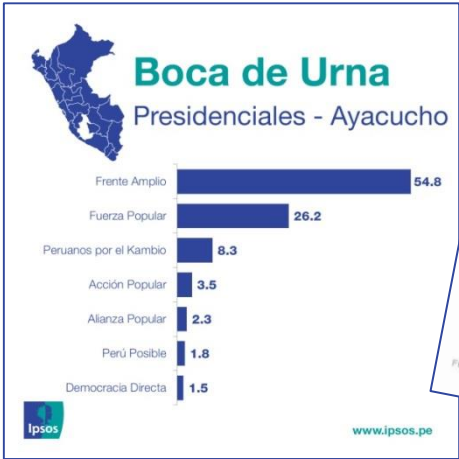
Evolución de voto presidencial

(Votos válidos)

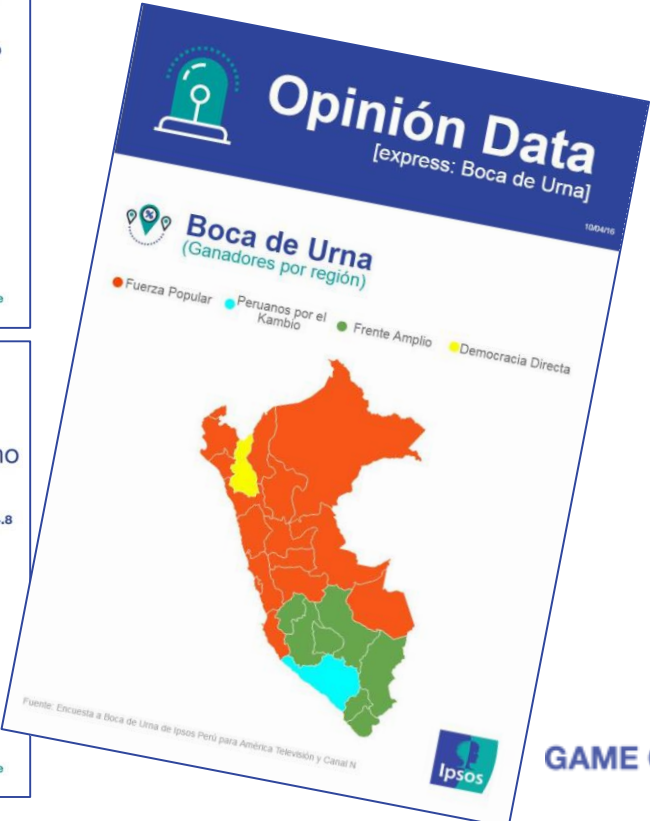


First ballot voting day: The exit poll April 10, 2016

Ipsos Public Affairs



On our social networks we published the exit poll results divided by “departamento” (region)...



... we also published a map of Perú colored by winner in each region.

GAME CHANGERS



We progressively published the quick count results through América Televisión.

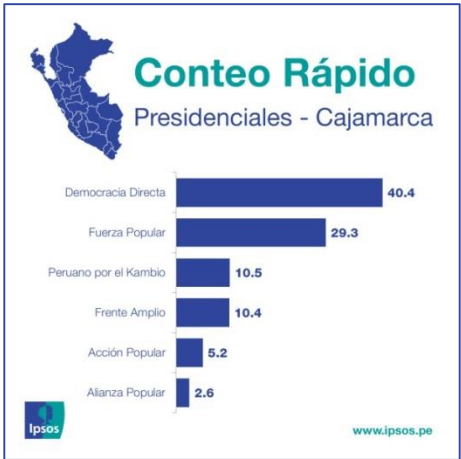


As quick count results were shown on TV, we simultaneously and progressively published the congress composition through our social media accounts.

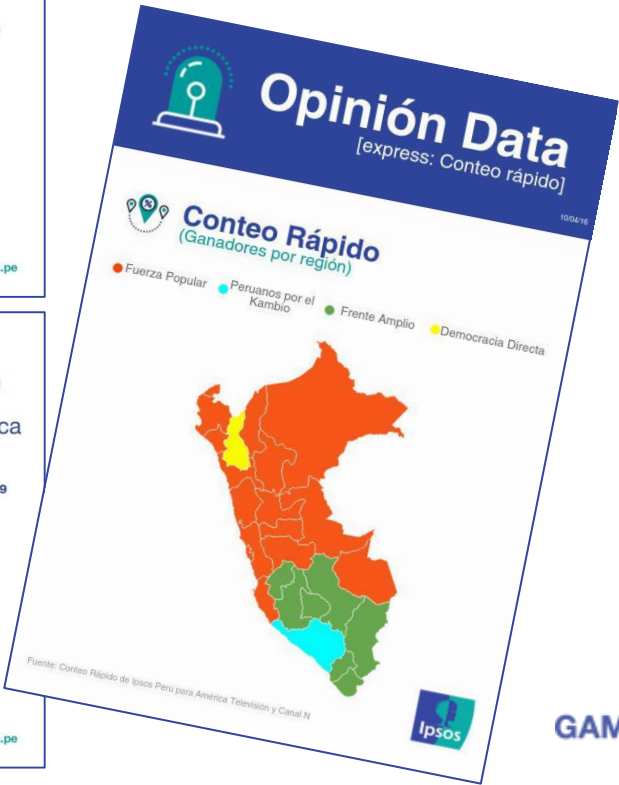


El anuncio en:
https://www.youtube.com/watch?v=NW7gOnVn_RI






As soon as 100% of the sample was counted, results were published for each “departamento” (region)




... and again, we showed a map of Perú colored by winner in each region.







Ipsos Perú @ipsosperu · 12 abr.
Hoy en @LaHoraN_, @AlfredoMTorres comentando los resultados de la primera vuelta electoral. No te lo pierdas!
[twitter.com/LaHoraN_/statu...](https://twitter.com/LaHoraN_/status/688888888888888888)



Ipsos Perú @ipsosperu · 11 abr.
"Ipsos sí cuenta los votos del extranjero en el Conteo Rápido"
@AlfredoMTorres #Voto2016 @noticiaAmerica @canalN_



Ipsos Perú @ipsosperu · 11 abr.
"El crecimiento de #PPK en la última semana podrían venir de #AlfredoBarnechea" @AlfredoMTorres #Voto2016 @noticiaAmerica @canalN_

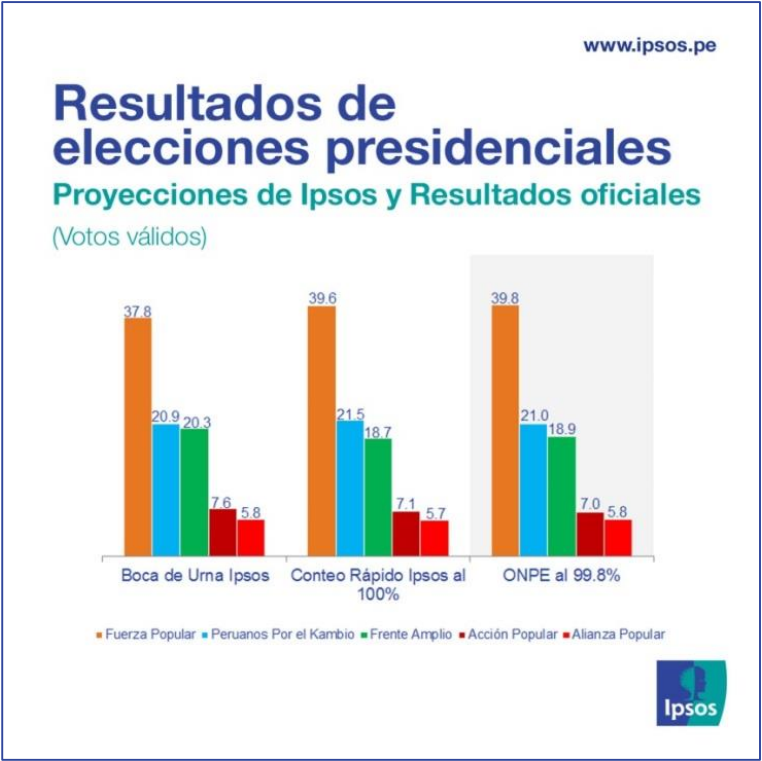


Ipsos Perú @ipsosperu · 11 abr.
"Las redes sociales han tenido impacto en la última semana"
@AlfredoMTorres #Voto2016 @noticiaAmerica @canalN_

Alfredo Torres actively commented throughout the day the electoral results on América Televisión. His analysis was shared on social media.

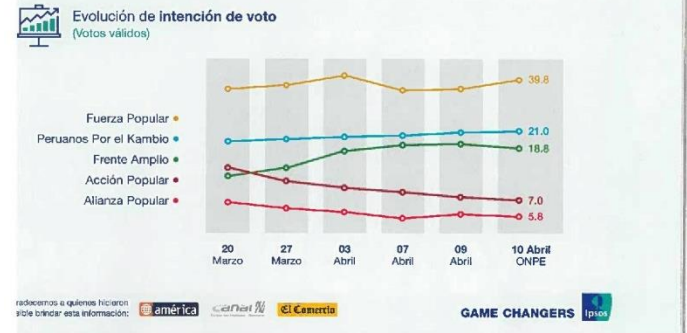
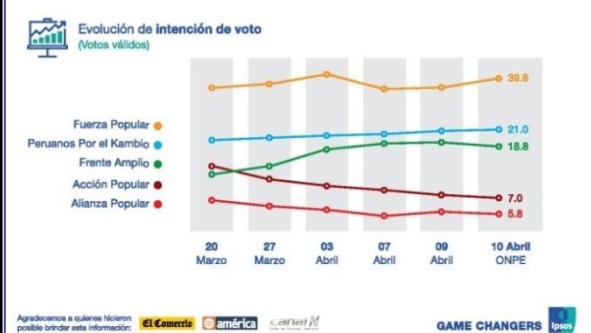
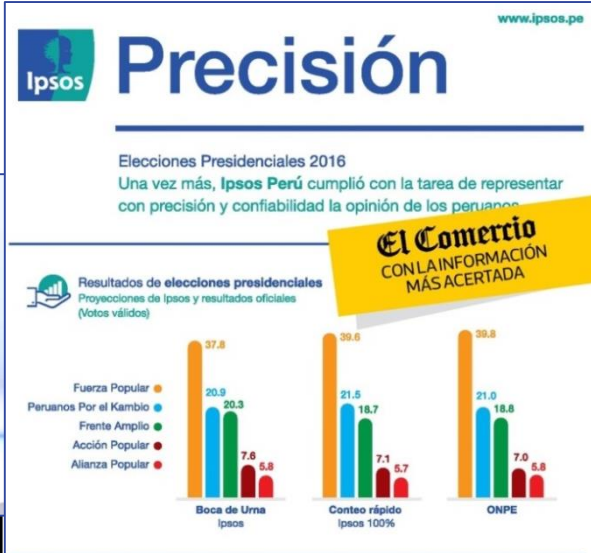
Posterior communications: Precision post

After the elections, posts on Ipsos' polls precision were published through social media outlets



Posterior communications: Precision post

On mass media, these precision posts were published out of courtesy of our strategic allies or though marketing swaps.





Second ballot

The second ballot Strategy was similar to the first ballot's

Poll results publishing dates in mass media

Mayo 2016

Junio 2016

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	
						1 				1	2	3	4	
										Prohibition				
2	3	4	5	6	7	8 	5 <div>ELECTION DAY</div>	6	7	8	9	10	11	
9	10	11	12	13	14	15 	12	13	14	15	16	17	18	
16	17	18	19	20	21	22 	19	20	21	22	23	24	25	
23	24	25	26	27	28	29 	26	27	28	29	30			
30	31													
Prohibition														

Electoral poll results in El Comercio

On the weeks prior to the elections, El Comercio published our polls' results on many of their cover pages.

Ipsos Public Affairs

29/05/2016

Plan Salvadel Perúes premiado en Venecia

Los cerros mejor paisajes

El Comercio TV

El Comercio

El Comercio

Ex productor de TV también compromete a Chlimper en entrega de audio manipulado

Keiko llega con ventaja

53,1% 46,9%

23/05/2016

Keiko le saca cinco puntos de ventaja a PPK

Un debate cargado de ataques en Piura

La minería ilegal también está presente en Lima e inhabilita 173 mil hectáreas

Keiko se lleva la ventaja

52,6% 47,4%

15/05/2016

Continúa empate técnico

No van con Trump

Continúa el empate técnico

08/05/2016

Keiko toma la delantera

En un gobierno de PPK, Fujimori cumplirá su sentencia en la cárcel

Keiko insiste en renegociar el contrato del gas de Camisa

24/04/2016

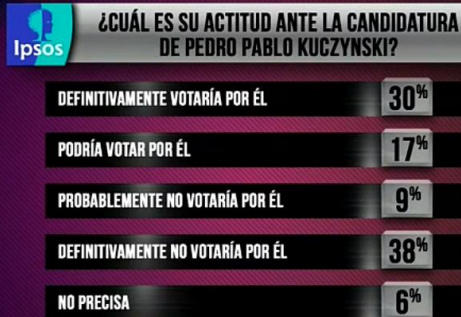
Continúa ligera ventaja

“Ami me dicen que la Confiep apoyará a rabiara a Keiko Fujimori”

Asignados maestros el paro

Ipsos Public Affairs

The entire show can be watched at <https://www.youtube.com/watch?v=BuPcjHgN5mU>

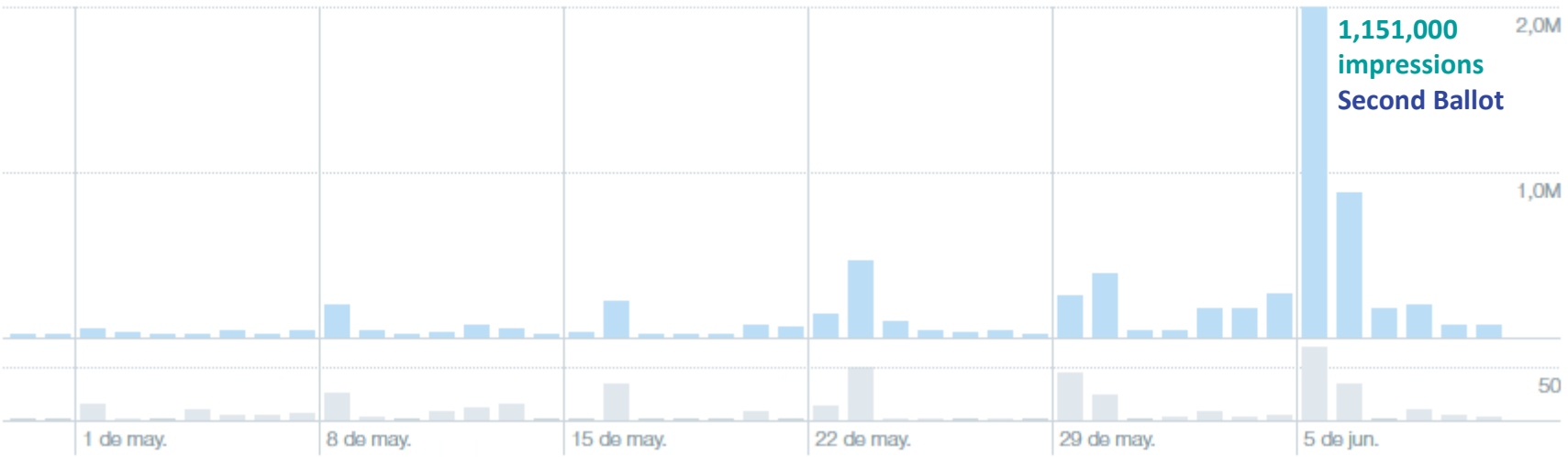




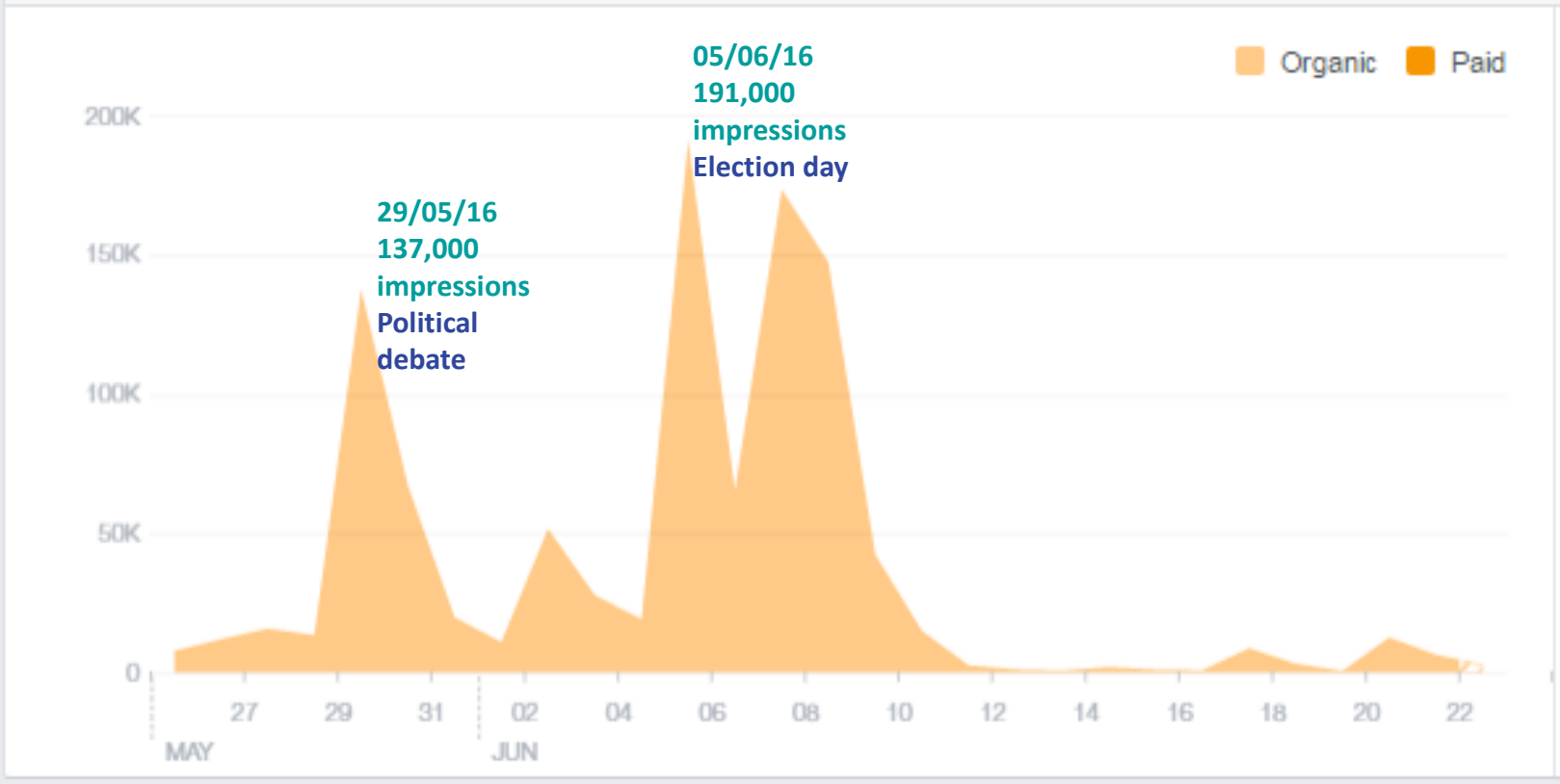
Communicating through Ipsos social media outlets

Analytics: Twitter impressions

Your tweets got 3.9M impressions during this 43 day period



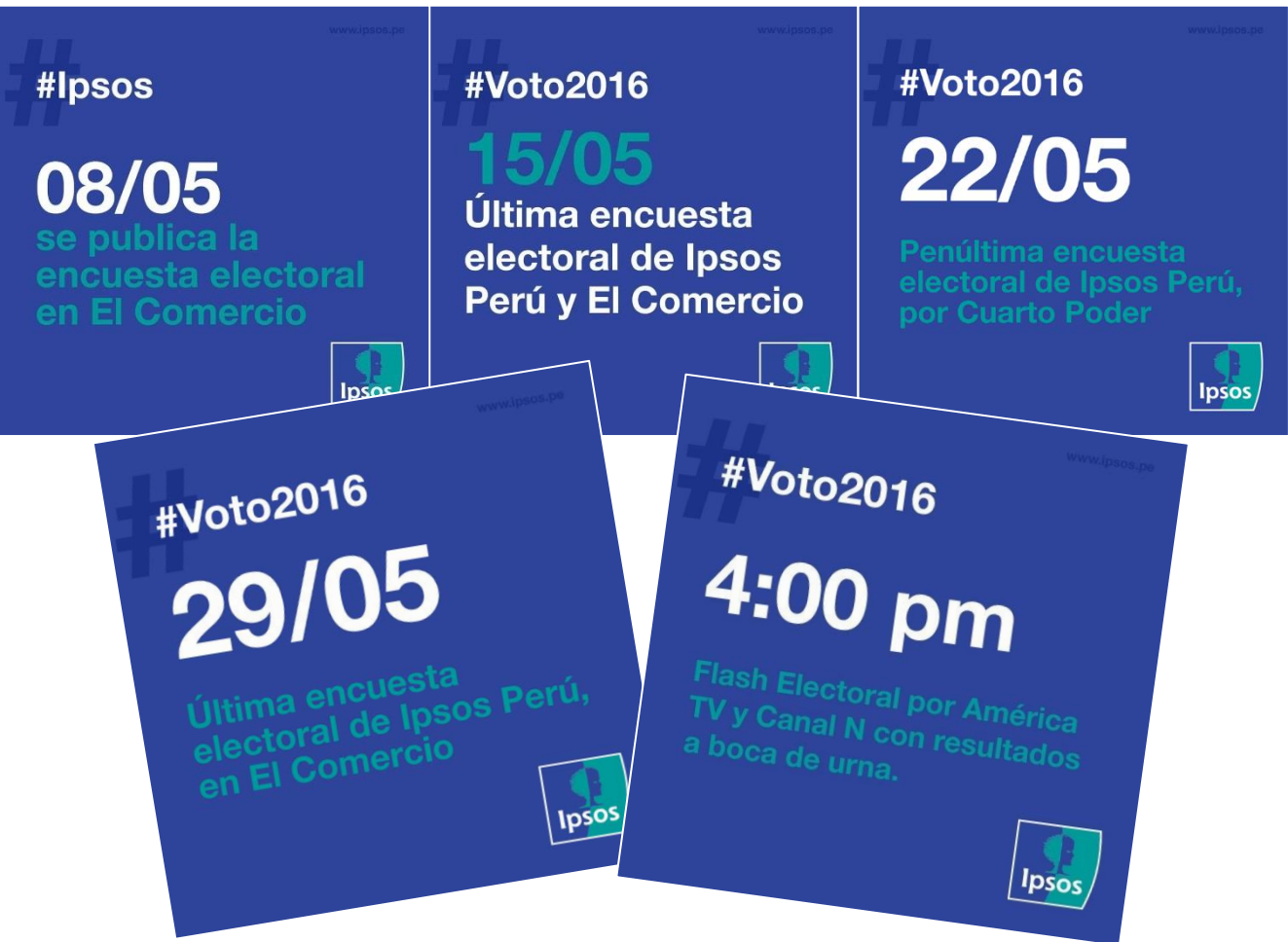
Analytics: Facebook impressions





How we did it

Early communication – Poll publication dates reminders



During the weeks prior to the second ballot election day, we published posts that reminded of the publication dates of Ipsos poll results on El Comercio and América Televisión.

Early communication – Publication of electoral poll results

Ipsos Perú @ipsosperu · 29 may.
Más personas piensan que #KeikoFujimori hará más obras, pero que #PPK será el más honrado/no robará
#Ipsos

¿Quién cree que hará más obras?

Candidate	Percentage
Keiko Fujimori	41%
Pedro Pablo Kuczynski	59%

¿Quién cree que será más honrado / no robará?

Candidate	Percentage
Keiko Fujimori	41%
Pedro Pablo Kuczynski	59%

Encuesta urbano - rural publicada en El Comercio el 29 de mayo de 2016

Ipsos Perú @ipsosperu · 29 may.
Más personas piensan que #KeikoFujimori es la mejor para combatir el narcotráfico
#Ipsos

¿Quién cree que combatirá mejor el narcotráfico?

Candidate	Percentage
Keiko Fujimori	41%
Pedro Pablo Kuczynski	39%
No sé	20%

Encuesta urbano - rural publicada en El Comercio el 29 de mayo de 2016

Ipsos Perú @ipsosperu · 29 may.
¿A quién se sienten más cercanos los indecisos? ¿#KeikoFujimori o #PPK?
(SPOILER: ninguno)

Candidato al que se siente más cercano

Voto declarado blanco/viciado/no precisa

Candidate	Percentage
Keiko Fujimori	67%
Pedro Pablo Kuczynski	22%
No precisa	11%

publicada en El Comercio el 29 de mayo de 2016

The polls' results were also shared on our social media accounts

Ipsos Perú @ipsosperu · 23 may.
#Antivoto #PPK 38%
#Voto2016 @Cuarto_Poder

16

7

Ipsos Perú @ipsosperu · 10 may.
#KeikoFujimori es percibida como la candidata con la campaña más intensa
#Ipsos @elcomercio

Ipsos Perú @ipsosperu · 29 may.
#Antivoto #KeikoFujimori 43%
#PPK 40%
#Ipsos

Ipsos Perú @ipsosperu · 23 may.
(Informados) 71% confía en la investigación que estaría realizando la DEA a #JoaquinRamirez @Cuarto_Poder
#Ipsos #Voto2016

38

54

¿Quién tiene hasta el momento la campaña más intensa?

Candidate	Percentage
Keiko Fujimori	67%
Pedro Pablo Kuczynski	18%
Ninguno	15%

Encuesta urbano - rural publicada en El Comercio el 15 de mayo de 2016

Evolución del antivoto

Entrevistados que definitivamente no votarían por...

Fecha	Keiko Fujimori	Pedro Pablo Kuczynski
22-abr	44%	37%
18-mar	46%	35%
01-abr	45%	37%
08-may	43%	39%
15-may	45%	38%
22-may	43%	38%
29-may	43%	40%

Encuesta urbano - rural publicada en El Comercio el 29 de mayo de 2016



Early communication – Presidential debate, 23/05/2016 & 30/05/2016

Ipsos Public Affairs

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
Después del debate de la semana pasada, a 11% le quedó dudas sobre su candidato y 3% cambió su voto

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
Actualmente la delincuencia es percibida como el principal problema del país, seguida de la corrupción

Ipsos Perú @ipsosperu · 23 may.
#DebatePiura2016
En el 2002, 67% aprobaba reforma constitucional de descentralización

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
48% cree que #KeikoFujimori es la mejor para combatir delincuencia, 33% cree que #PPK

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
44% cree q es muy creíble q la campaña de #KeikoFujimori haya sido financiada en parte con dinero del narcotráfico

Ipsos Perú @ipsosperu · 23 may.
#DebatePiura2016
En el 2011, 27% dijo que ganó Humala, 26% dijo que ganó Keiko y 28% que estuvieron parejos

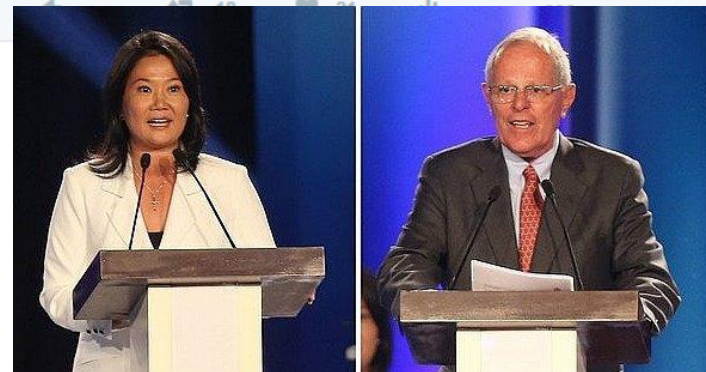
Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
64% declaraba que iba a seguir el debate de hoy

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
36% creía que #KeikoFujimori ganaría el debate de hoy, 28% que #PPK y 36% no sabía

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
En el 2012, 86% de los peruanos afirmaba que la minería informal estaba destruyendo el medio ambiente

Ipsos Perú @ipsosperu · 30 may.
#DebatePresidencial2016
44% cree que #KeikoFujimori combatirá mejor la corrupción
40% que #PPK

The televised presidential debate was also commented in real time on our social media outlets. The issues debated were complimented with Ipsos empirical data.





Ipsos Perú @ipsosperu · 23 may.
Ahora en @canalN_, @AlfredoMTorres comentando los resultados de la encuesta #Voto2016

🔄 1 📊 ...

Ipsos Perú @ipsosperu · 23 may.
Ahora en @Cuarto_Poder, @AlfredoMTorres con nuevos resultados de #Ipsos

🔄 5 ❤️ 9 📊 ...

Alfredo Torres commented the presidential debate on América Televisión. He complimented the issues discussed in the debate with Ipsos data. His remarks were shared on social media.

The entire show can be watched at:
<https://www.youtube.com/watch?v=BuPcjHgN5mU>

Early communication – Alfredo Torres’ articles



Ligera ventaja de PPK, por Alfredo Torres

Por segunda semana consecutiva, PPK mantiene una ligera ventaja de cuatro puntos porcentuales sobre Keiko Fujimori.

GOO.GL | BY ALFREDO TORRES



La batalla por el sur, por Alfredo Torres

A cinco semanas de la segunda vuelta, cerca de 20% de los electores aún no decide su voto o considera votar en blanco. De ellos, casi 40% está en el sur del país. Por eso, las siete regiones donde ganó el Frente Amplio en la primera vuelta se...

ELCOMERCIO.PE | BY ALFREDO TORRES



Avanza Keiko, por Alfredo Torres

Se aprecia un trasvase de votos de PPK a Keiko en los niveles socioeconómicos B y C.

ELCOMERCIO.PE | BY ALFREDO TORRES



El empate continúa, por Alfredo Torres

A pesar de la ligera recuperación de PPK, la mayoría cree que Keiko está desarrollando una mejor campaña

ELCOMERCIO.PE | BY ALFREDO TORRES



Una bomba de efecto retardado, por Alfredo Torres

La investigación de Univisión y América Televisión que difundió el programa "Cuatro poder" el domingo pasado puede ser una bomba de efecto retardado para el fujimorismo. Como se sabe, la investigación revela que el secretario general de...

ELCOMERCIO.PE | BY ALFREDO TORRES



La favorita, por Alfredo Torres

Keiko Fujimori llega al último debate de candidatos presidenciales como favorita frente a Pedro Pablo Kuczynski. De acuerdo con la última medición de Ipsos para El Comercio, la brecha entre ambos se...

ELCOMERCIO.PE | BY ALFREDO TORRES



Lecciones de las elecciones, por Alfredo Torres

Hoy llega a su fin uno de los procesos electorales más tortuosos que ha vivido el Perú en las últimas décadas. Cada partido sacará sus conclusiones sobre su campaña, pero a la sociedad...

ELCOMERCIO.PE | BY ALFREDO TORRES

Alfredo Torres’ articles on the campaign were shared on social media

Early communication – Ipsos analysts' articles on the campaign

Ipsos Public Affairs



Cómo convencer votantes indecisos

Carlos Ponce
Director de Proyectos de Ipsos Public Affairs Perú



A palabras necias, oídos sordos

Celina Finckenstein
Asistente Senior de Public Affairs Ipsos Perú

Punto de vista | Ipsos Perú

Las elecciones generan un sinfín de información para el análisis multidisciplinario, pero ésta no siempre es aprovechada o cae en saco roto. Y así cada cinco años nos hacemos, indignados, la misma pregunta de por qué los peruanos votamos como...

IPSOS.PE

Punto de vista | Ipsos Perú

Los periódicos y las redes sociales reventaban esta semana con la noticia de la investigación de la DEA que involucra al secretario general de Fuerza Popular, Joaquín Ramírez, y vincula a Keiko Fujimori con el lavado de 15 millones de...

IPSOS.PE



Figurita repetida: Keiko Fujimori en 2da vuelta

Maria Alejandra Campos
Directora de Proyectos de Ipsos Public Affairs



¿El sushi o la hamburguesa?

Luis Rosas
Asistente Senior de Investigación Public Affairs

Punto de vista | Ipsos Perú

A Keiko Fujimori parece estarle pasando algo similar en su campaña en segunda vuelta, creyó comprar el sobre ganador en primera vuelta y cuando lo abrió en la segunda, volvió a encontrar la barrera del antivoto que detuvo su candidatura en...

IPSOS.PE

Punto de vista | Ipsos Perú

Según la Real Academia Española, "alharaca" es una demostración o expresión con que por ligero motivo se manifiesta la vehemencia de algún afecto, como de ira, queja, admiración, alegría, etc. Para los chilenos, hablar de "Alaraco" es...

IPSOS.PE



El factor sorpresa, por Maria Alejandra Campos

Hasta ahora ninguno de los dos ha demostrado tener la calle o la picardía para cuadrar al contrincante en un encuentro cara a cara. Estos debates son una gran oportunidad para sorprender a los espectadores y ofrecerles más de lo que...

ELCOMERCIO.PE | BY MARIA ALEJANDRA CAMPOS



Ipsos Public Affairs' analysts published their views and insights on our poll results and electoral campaign

GAME CHANGERS





Simulacro confidencial

al 04 de junio de 2016

Early communication, Confidential voting drill

Ipsos Public Affairs

June 4, 2016

Por favor, recuerde que el presente simulacro no podrá ser difundido a través de ningún medio público de comunicación, como se menciona en el Artículo 191 de la Ley Orgánica de Elecciones, donde se establece que "la publicación o difusión de encuestas y proyecciones de cualquier naturaleza sobre los resultados de las elecciones a través de los medios de comunicación puede efectuarse hasta el domingo anterior al día de las elecciones". En acatamiento a la ley vigente, Ipsos no autoriza la publicación o difusión de la presente información, ni en medios de comunicación masiva ni en redes sociales, quedando cualquier publicación o difusión bajo responsabilidad del infractor, a quien se le puede imponer una multa fijada por el Jurado Nacional de Elecciones de entre 10 y 100 unidades impositivas tributarias.



Análisis

Virtual empate

En el simulacro efectuado por Ipsos hoy sábado 4 se observa un virtual empate entre Pedro Pablo Kuczynski y Keiko Fujimori. En votos emitidos PPK registra 45.5%, Keiko 44.7% y los votos en blanco y nulos suman 9.8%. En votos válidos, esto representa 50.4% para PPK y 49.6% para Keiko. Tomando en cuenta el margen de error, es un empate estadístico.

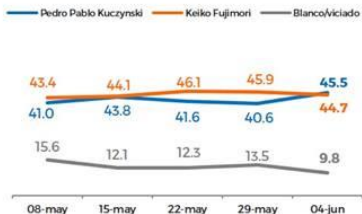
En la última semana PPK ha crecido sobre todo a costa de quienes en mediciones anteriores pensaban votar en blanco o nulo. El efecto retardado de la denuncia sobre la investigación de la DEA a Joaquín Ramírez, entonces secretario general de Fuerza Popular, potenciado por el intento de desacreditar al informante de la DEA con un audio manipulado; el mejor desempeño de PPK en el último debate; el apoyo público de Verónica Mendoza, líder del Frente Amplio; y otras denuncias periodísticas más recientes, serían algunas de las razones por las cuales se habría producido este transvase de votos.

La brecha podría ampliarse mañana si continúa la tendencia al crecimiento de PPK o revertirse a favor de Keiko si el activismo de la militancia de Fuerza Popular logra incrementar la participación electoral y la votación a su favor en los lugares más alejados del interior del país. El simulacro de hoy tampoco incluye a los votos del extranjero. En consecuencia, nada es definitivo aún. Solo se puede anticipar que el virtual empate de hoy anticipa un resultado ajustado el día de mañana.

Alfredo Torres C.
Presidente Ejecutivo
Ipsos Perú



Evolución de simulacro de voto
presidencial - votos emitidos



Evolución de simulacro de voto
presidencial - votos válidos



The day before the second ballot elections we shared among trusted clients our latest voting drill, which was conducted that same day.

Ficha técnica

- a) Nombre de encuestadora: Ipsos Opinión y Mercado S.A.
- b) Metodología y técnica: Simulacro de voto en hogares a personas mayores de 18 años aptas para votar en todos los departamentos del Perú. Se usó la técnica de simulación electoral, con réplicas de linfones y células de sufragio. El muestreo fue probabilístico, polietápico y estratificado por distritos con selección por computadora de manzanas y selección sistemática de hogares con inicio aleatorio. Se utilizaron cuotas de edad y sexo correspondientes a la distribución real de la población electoral del país.
- c) Fecha de realización: 04 de junio de 2016.
- d) Tamaño de muestra: 7,263 electores hábiles.
- e) Lugares de realización y cobertura: 26 distritos electorales que representan el 100% de la población electoral del Perú a nivel regional. 129 provincias que representan el 93% de la población electoral del Perú a nivel provincial.
- f) Margen de error calculado: Se estima que los resultados tienen un margen de error muestral de aproximadamente $\pm 1.8\%$, asumiendo un nivel de confianza del 95% y una variabilidad máxima ($p=0.5$).

contactenos.peru@ipsos.com

T: (511) 610 0100

www.ipsos.pe

f www.facebook.com/ipsosPE

t twitter.com/ipsosperu

p www.pinterest.com/ipsosperu

y www.youtube.com/ipsosPE


GAME CHANGERS



Early communication – election day coverage posts






Ipsos Public Affairs


We shared on social media the same-day polls results' publication times



Ipsos Perú @ipsosperu · 4 jun.




Estimados seguidores y trolls, las encuestas que están circulando no son nuestras


 442  395  



Ipsos Perú @ipsosperu · 5 jun.






Acabó el 2do tiempo, falta la 2da vuelta. Sigan los resultados del boca de urna y conteo rápido x @noticiaAmerica y @canalN_


 16 



Ipsos Perú @ipsosperu · 4 jun.






#Voto2016 Mañana a las 4pm por @americatv_peru y @canalN_ no te pierdas el Flash Electoral con los resultados a Boca de Urna de #Ipsos

 15  35  



Ipsos Perú @ipsosperu · 4 jun.

Mañana se define la 2da vuelta, sigue los resultados más confiables en @americatv_peru y @canalN_ con boca de urna y conteo rápido d #Ipsos

 19  42  

¿Cómo se hace la encuesta a boca de urna?

guía para entender el flash electoral



¿Cuándo? El día de las elecciones



¿Dónde? Afuera de los locales de votación



¿A cuántos? A cientos de miles de votantes



¿En qué regiones? En todo el país



¿Qué se pregunta? Por qué votaron por Presidente, Congreso y Parlamento Andino



¿Cómo se elige? Se seleccionan personas al azar, de acuerdo a cuotas de género y edad



¿Qué se obtiene? Resultados que nos acercan a los resultados reales



¿A qué hora se publica? A las 4pm, cuando cierran las mesas de votación



¿En dónde? En #Voto2016 por América TV y Canal N

¿Cómo se hace el conteo rápido?

guía para entender el flash electoral



¿Cuándo? El día de las elecciones



¿A cuántos? A cientos de miles de votantes



¿Qué se hace? Se recogen los resultados de una muestra de mesas de votación



¿En qué regiones? En todo el país



¿Qué se obtiene? Estimación de los resultados reales con un margen de error de +/- 1 punto porcentual



¿En qué regiones? En una muestra representativa de locales de votación



¿Cómo se publica? Se publican los primeros resultados de las mesas escuchadas



¿En dónde? En #Voto2016 por América TV y Canal N



Ipsos Perú @ipsosperu · 5 jun.

#Voto2016 Falta una hora para el #FlashElectoral de @noticiaAmerica y @canalN_ con los resultados a Boca de Urna de #Ipsos

 18  18  



Ipsos Perú @ipsosperu · 5 jun.

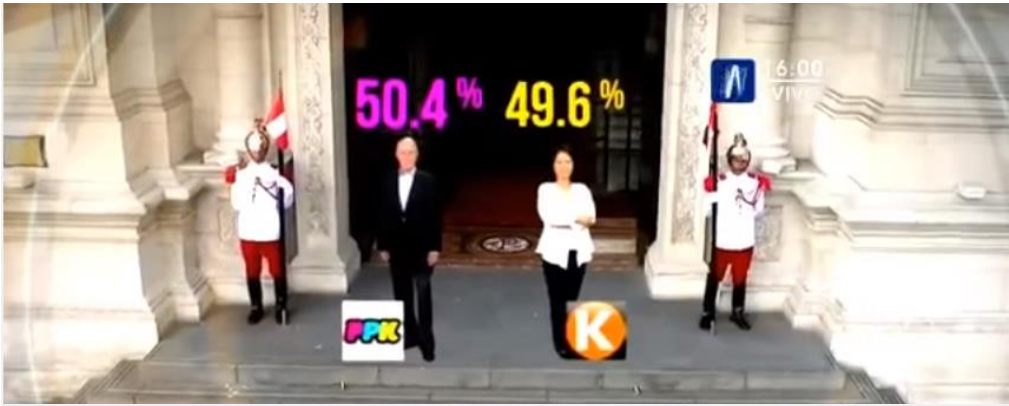
#Voto2016 Faltan 30 minutos para el #Flashvoto2016 por @noticiaAmerica y @canalN_

 22  26  

Second ballot: The exit poll June 5, 2016

On voting day polling stations closed at 4:00 pm. Also at that time, América Televisión published Ipsos' exit poll results. The results were shared simultaneously on our social media outlets.

<https://www.youtube.com/watch?v=dUrSksi8bw0>



NACIONAL
BOCA DE URNA

PEDRO PABLO KUCZYNSKI
50.4%
PERUJANOS POR EL CAMBIO

KEIKO FUJIMORI
49.6%
FUERZA POPULAR

ALFREDO TORRES: "LOS VOTOS DEL EXTRANJERO SE PARECEN AL DE LIMA"
#Voto2016

TOTAL NACIONAL
BOCA DE URNA
16:09 VIVO

PEDRO PABLO KUCZYNSKI
50.4%
PERUJANOS POR EL CAMBIO

KEIKO FUJIMORI
49.6%
FUERZA POPULAR

VOTO 2016
#Voto2016

Exit poll results were published progressively on social media

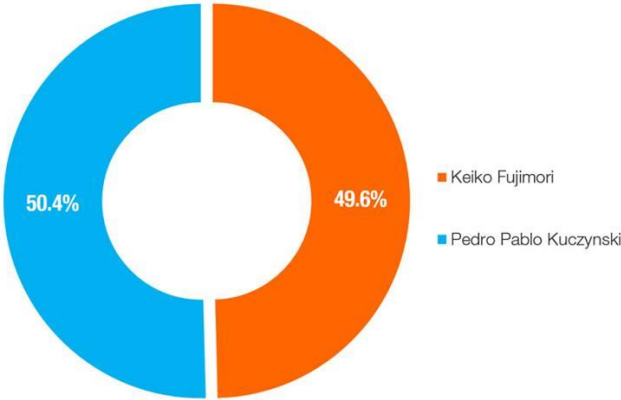
<https://www.youtube.com/watch?v=dUrSksi8bw0>

www.ipsos.pe

www.ipsos.pe

Boca de Urna

2da vuelta



Encuesta a Boca de Urna realizada para América TV y Canal N



Simulacro y Boca de Urna

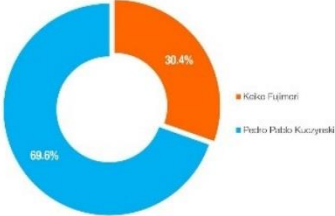
2da vuelta

	Simulacro Confidencial 04 Junio 2016	Boca de Urna 05 Junio 2016
Pedro Pablo Kuczynski	50.4%	50.4%
Keiko Fujimori	49.6%	49.6%

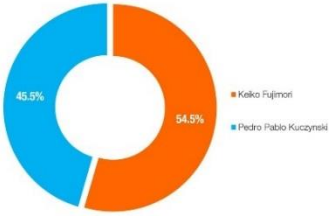
Encuesta a Boca de Urna realizada para América TV y Canal N



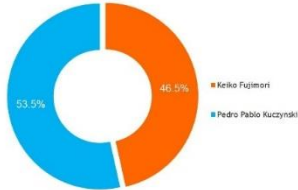
Second Ballot: The Exit Poll, June 5, 2016



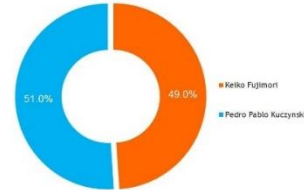
www.ipsos.pe



www.ipsos.pe

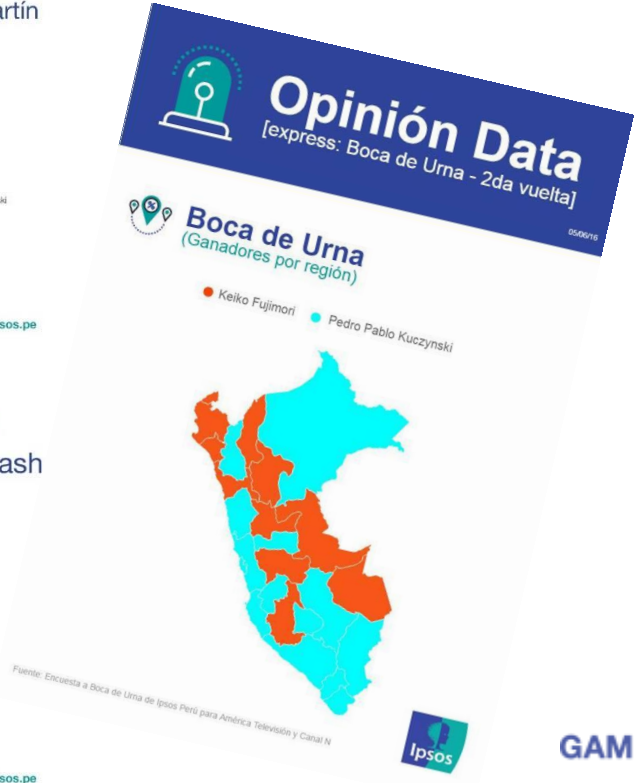


www.ipsos.pe



www.ipsos.pe

We shared on social media exit poll results divided by “departamento” (region)



... and a map of Perú colored by winner in each region



Second Ballot: The Rapid Count, June 5, 2016

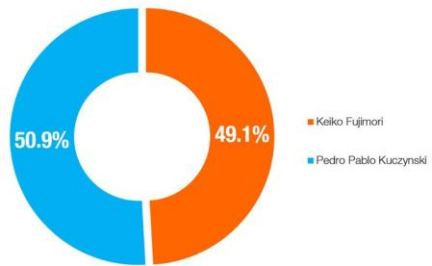
www.ipsos.pe

www.ipsos.pe

www.ipsos.pe

Conteo Rápido

AI 84.5%

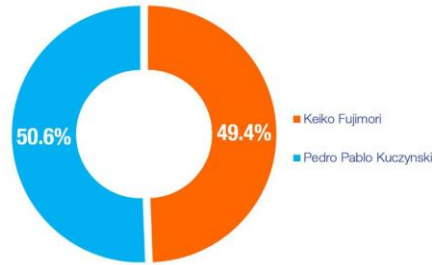


Conteo Rápido realizado para América TV y Canal N



Conteo Rápido

AI 91.3%

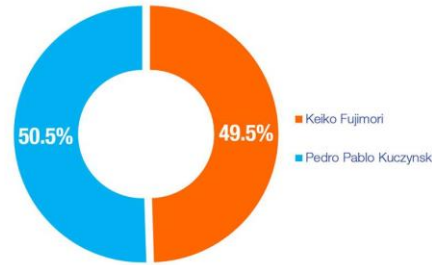


Conteo Rápido realizado para América TV y Canal N



Conteo Rápido

AI 96.6%



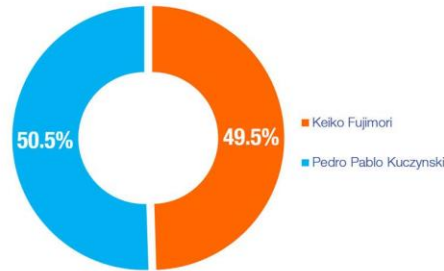
Conteo Rápido realizado para América TV y Canal N

The rapid count results were progressively posted on social media as they were published by América Televisión

www.ipsos.pe

Conteo Rápido

AI 100%



Conteo Rápido realizado para América TV y Canal N



Second Ballot: The Rapid Count, June 5, 2016

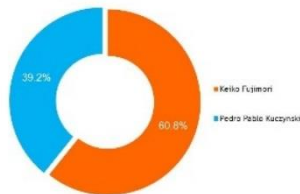
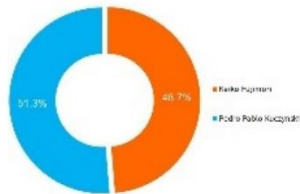
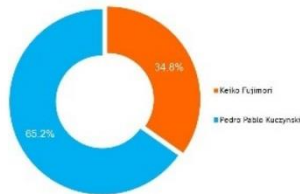
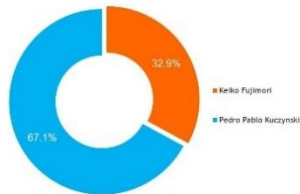


When 100% of the sample was counted, Alfredo Torres commented the results on América Televisión

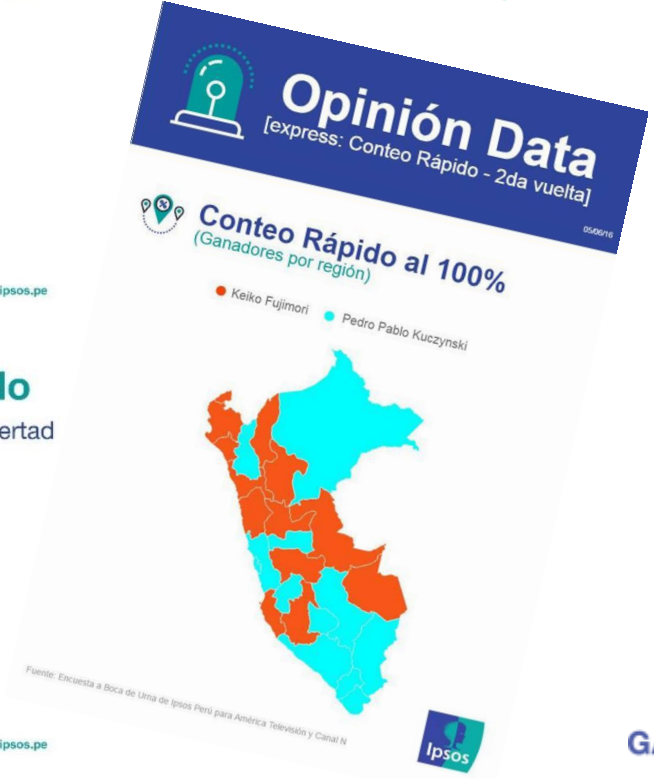
An extract of his analysis can be watched at:
<https://www.youtube.com/watch?v=dUrSksi8bw0>



Second Ballot: The Rapid Count, June 5, 2016



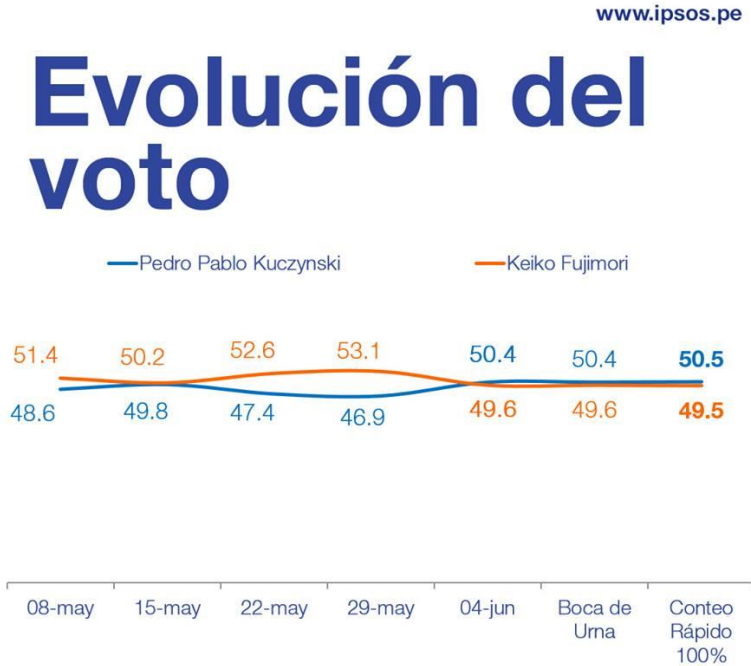
We shared on social media the rapid count results (at 100% of the sample counted) divided by “departamentos” (regions)



... as well as a map of Perú colored by winner in each region

Second Ballot: The Rapid Count, June 5, 2016

When 100% of the sample was counted, the vote evolution was posted on social media outlets



Encuestas para El Comercio y América TV. Boca de Urna y Conteo Rápido realizados para América TV y Canal N



	Simulacro Confidencial 04 Junio 2016	Boca de Urna 05 Junio 2016	Conteo Rápido al 100%
Pedro Pablo Kuczynski	50.4%	50.4%	50.5%
Keiko Fujimori	49.6%	49.6%	49.5%

Encuesta a Boca de Urna y Conteo Rápido realizados para América TV y Canal N



“Creo que ya podemos decir que el triunfo de PPK es definitivo”

Alfredo Torres Guzmán
Presidente Ejecutivo



315,114 people reached

Boost Post

Retweeted



Alfredo M. Torres G. @AlfredoMTorres · 8 jun.
Nunca se ha invertido un conteo rápido presidencial de @ipsosperu pero nunca nos había tocado una elec tan apretada

Salvaje Digital @salvajedigital

@AlfredoMTorres Alfredo, alguna vez @ipsosperu se ha equivocado en cuanto a la ubicación del 1º y 2º lugar en el conteo rápido al 100%?



Ipsos Perú @ipsosperu · 8 jun.

"Creo que ya podemos decir que el triunfo de #PPK es definitivo" @AlfredoMTorres



305



309



En respuesta a Juan Jo Díaz Dios



Ipsos Perú @ipsosperu · 8 jun.

.@Juanjodiazdios La conclusión es producto de un análisis estadístico serio.



35



Ipsos Perú @ipsosperu · 8 jun.

"#KeikoFujimori necesita más del 70% de votos en casi todas las actas que faltan, lo cual es materialmente imposible"
@AlfredoMTorres

The results were so tight that even at 99.8% of votes counted by the official entity there was still uncertainty about the winner. Before the official results were out, Ipsos made a statistical analysis and confirmed what was predicted by our rapid count poll. Alfredo Torres gave an interview in which he announced that PPK was the virtual winner.

Posterior communication: precision post

After the elections, posts on Ipsos poll's precision were published



Ipsos Perú

Published by Mariale Campos [?] · June 9 at 5:23pm ·

Luego de una larga espera, la ONPE confirma lo dicho por Ipsos el fin de semana
#IpsosPrecisión

www.ipsos.pe

Comparativo de resultados

#Voto2016



#Precisión 2016

www.ipsos.pe



#Voto2016

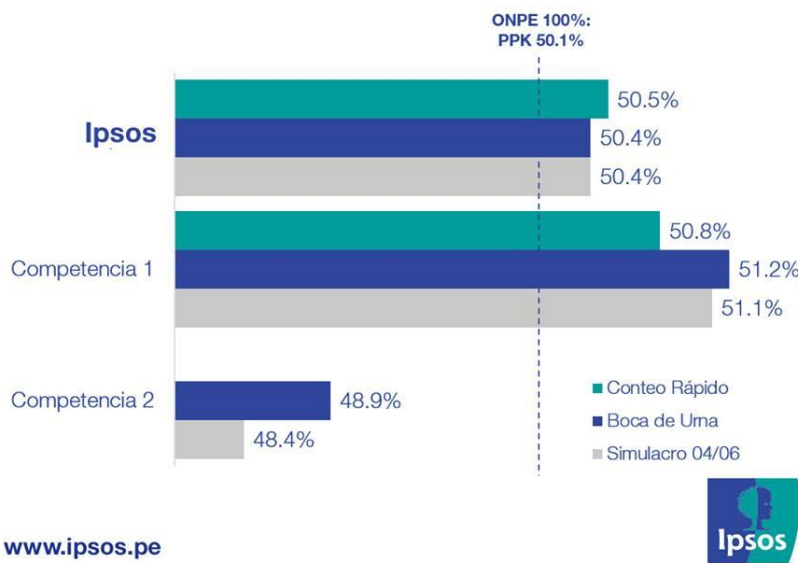


Representando
con precisión
y confiabilidad
la opinión
de todos los
peruanos.



Precisión

Resultados de segunda vuelta



Ipsos Perú

Published by Mariale Campos · June 20 at 3:39pm ·

Ipsos Perú fue la empresa más precisa en la segunda vuelta, tanto en el simulacro del día anterior, como en la encuesta a Boca de Uma y el Conteo Rápido.

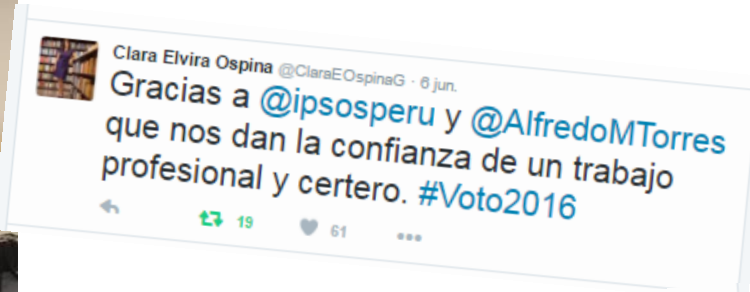
A pesar de ser una de las elecciones más apretadas de la historia del Perú, Ipsos estuvo a una distancia máxima de 0.4 décimas del resultado final.

#IpsosPrecisión #ProudToBeIpsos



The team that made it all possible!

This was the result of great collaboration between the Communications and Public Affairs teams





Peruvian Elections

Ipsos communication strategy
& campaign