

ANEXO 1

PUBLICACIÓN



LS
ING. LUIS ALBERTO SÁNCHEZ ALVARADO
COESPE N° 576
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ



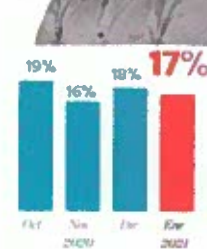
Tendencias se mantienen

Las preferencias a tres meses de la primera vuelta

¿Si mañana fueran las elecciones presidenciales y se presentaran los siguientes candidatos, por quién votaría usted?

Base: total de entrevistados

GEORGE FORSYTH



YDANY LESCANO



HERNANDO DE SOTO



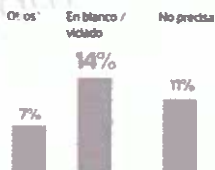
CÉSAR ACUÑA



OLLANTA HUMALA



DANIEL SALAVERRY



¿Si mañana fueran las elecciones para el Congreso, por cuál agrupación votaría? (%) (con tarjeta)

Base: total de entrevistados



Ollanta Humala, Keiko Fujimori, César Acuña y Julio Guzmán lideran el antivoto

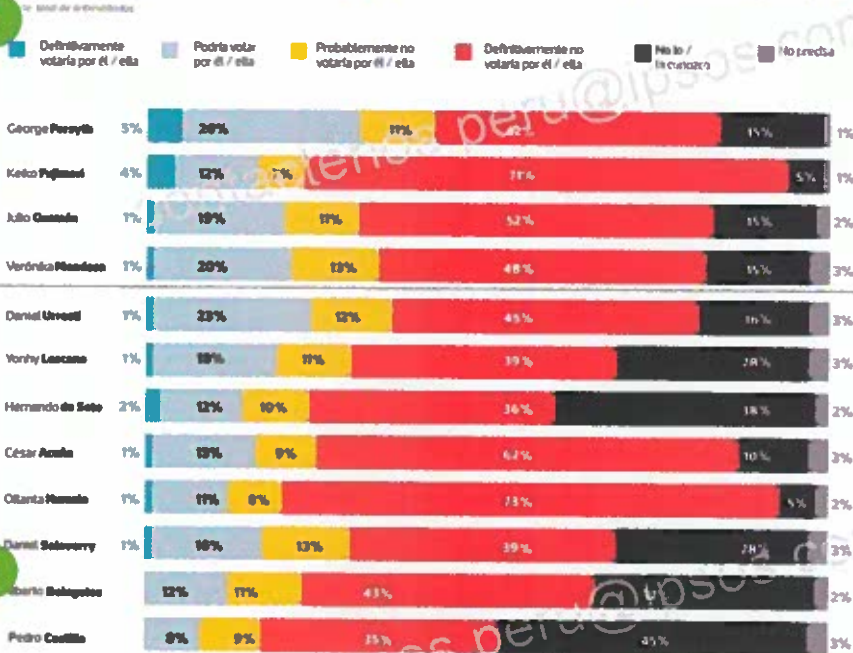


Rechazo • Cuatro candidatos tienen un alto antivoto: Ollanta Humala (73%), Keiko Fujimori (71%), César Acuña (62%) y Julio Guzmán (52%) • El rechazo al líder del Partido Morado es el que más ha subido desde diciembre del año pasado: 7 puntos porcentuales • El antivoto de George Forsyth también subió 6 puntos, pero permanece en el primer lugar de las preferencias • Keiko Fujimori pasó al segundo lugar al subir a 8%, Guzmán bajó un punto, Mendoza se mantiene, mientras que Lescano y De Soto ingresan a la disputa.

Ipsos
Av Reducto 1363 Miraflores
21 ENE. 2021
Telf.: 610-0100

ING. LUIS ALBERTO SÁNCHEZ ALVARADO
COESPE N° 576
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ

Según la siguiente escala, ¿cuál es su actitud ante la candidatura de... a las elecciones presidenciales del 2021 o no conoce a ese candidato?



Independientemente de por quién votará, ¿quién cree que ganará las elecciones presidenciales?



*El Alberto Borja (Partido Popular Cristiano), Pedro Castillo (Partido Libre), Nilda Vichar (Partido Aprista Peruano), José Vega (Unión por el Perú), Ciro Gálvez (Movimiento Unidad Nacional) Por designación del Sr. Fernando Cárdena (Unión por el Perú), Francisco Díaz Carasco (Partido Nación), Marco Arana (Frente Avanzado), Rafael López Albagi (Renovación Política), Andrés Alcántara (Comercio Directo) y Rafael Santos (Partido Patria Segura)

ENCUESTA NACIONAL USI/IPSOS-REUTERS, realizada por Ipsos Perú por encargo de El Comercio. Método de registro: ODDI REE / AIE. Sistema de muestreo: probabilístico estratificado. Muestra: 1.210 personas entrevistadas. Procedimiento de selección de los encuestados: muestreo probabilístico y estratificado. Lugar donde se aplicó la encuesta: en 23 regiones y la Provincia Constitucional del Callao. Puntos de aplicación del IUI al 15 de enero del 2021. Margen de error: ±2,0%. Nivel de confianza: 95%. Muestreo: población urbana, hombres y mujeres de 18 años a más. Página web: www.usi.pe. Contacto: El Comercio: 011-411-1111. Ipsos Perú: 011-411-1111.

EN 4 PASOS

→

Cómo se elaboran las encuestas

1 El diseño de la muestra
El coordinador ejecutivo de la encuesta de El Comercio-Ipsos, Guillermo Loli, precisó la importancia de garantizar la validez estadística. "Tenemos que hacer que todos -los cerca de 25 millones de electores- tengan la misma probabilidad de ser seleccionados", señala. Pero Patricia Rojas, directora senior de Public Affairs de Ipsos Perú, añade: "Las probabilidades de ser finalmente encuestado son mínimas. Depende del tamaño del universo que estamos estudiando y también del tamaño de la muestra con la que trabajemos".

2 Hacer un cuestionario
El segundo elemento que se necesita es el cuestionario. El Comercio e Ipsos trabajan conjuntamente en la selección de preguntas. Alfredo Torres, presidente ejecutivo de Ipsos Perú, dice: "Las encuestas ayudan a centrar la atención de los políticos y de los candidatos en los temas que más le preocupan a la ciudadanía. Permiten conocer las preferencias de los ciudadanos frente a opciones alternativas de política para la solución de determinados problemas".

3 El trabajo de campo
Luego de concluidas las etapas del diseño muestral y la elaboración del cuestionario, llega la aplicación. La de El Comercio-Ipsos demanda la movilización de unos 200 encuestadores en todo el país. Luego de terminada la cuarta etapa general, a mediados del 2020, Ipsos retomó la aplicación de encuestas presenciales de puerta en puerta, en todos los departamentos del país, con un protocolo de seguridad. Se encuesta solo a una persona por vivienda.

4 Procesamiento de datos
"La data de todos los cuestionarios realizados se acumula en una base especialmente preparada para ello y se somete a un proceso de tabulación y control", explica Loli. Ipsos recibe y verifica las encuestas, los conteos se organizan, así en tiempo real, en una base de datos. Allí, el procesamiento es casi automático.

PUNTO DE VISTA

Las preferencias son sobre el futuro; el antivoto, sobre el pasado



Las preferencias del voto se dicen que nadie convence. Lo que se dice el antivoto es "de lo que ya vi, no, gracias". El antivoto es sobre el pasado. Al final de cuentas, la gente evalúa y ha castigado duro a la gente que ha estado en el poder. Eso marca mucho al límite de lo que pueden crecer estos candidatos. El antivoto genera so-

presión. El antivoto de Kelko Fujimori sube de 69% a 71%, pero también tiene un alza en el voto. Tiene espacio para crecer. Es una de las pocas figuras que quedan de campañas pasadas y es la élite de la que se puede decir que tiene un voto duro. Su tendencia al alza puede ser reflejo de ese voto duro, pero tiene techo, que es el antivoto.

Ollanta Humala y Fujimori arrastran haber sido protagonistas de campañas anteriores, como presidente o protagonista del enfrentamiento entre el

Ejecutivo y el Legislativo. Son los embajadores, representan ese período marcado por la corrupción.

En el caso de Julio Guzmán, asumo que el antivoto crece 7 puntos porque la gente está viendo al Partido Morado como un partido de gobierno. También es la intención de voto del Congreso. Probablemente tenga que ver con que el presidente Francisco Sagasti proviene del FPM, y de repente la gente esperaba un cambio más significativo. O quizás sea una respuesta a las dificultades

que tuvo el gobierno para articular una respuesta frente a los reclamos del sector agroexportador.

George Forsyth logra mantener pero no convencer, y su silencio no le ayuda a extender la diferencia con los que le siguen. Solo se pronuncia cuando está muy apremiado, pero tarde, y no logra alcanzar su techo. Que su antivoto crezca, en 6 puntos, muestra que no es una táctica sostenible.

En general, hay algunos candidatos que van demeritándose del pelotón, van ganando fuerza en torno al 4%, 5%. Forsyth está arriba, hay un grupo de segundos y uno de terceros, por donde empiezan a apesarse De Soto, que asoma

por el nivel socioeconómico A, y Lescano.

También es importante la marca partidaria. Eso queda claro cuando ves la intención de voto del Congreso, en la que Acción Popular está primero, pese a todo lo que pasó el año anterior. Probablemente la gente termine votando por una marca y eso favorezca a partidos con más recordación, como Acción Popular, PPC o Somos Perú.

La gente está esperando tener más información y ver los debates de los dos o tres candidatos por los que podría votar. La información que tenemos como electores es poca; la campaña no termina de prender.

Ipsos
Av. Reducto 1363 Miraflores

21 ENE. 2021

Tel.: 610-0100

ING. LUIS ALBERTO SÁNCHEZ ALVARADO
COESPE N° 576
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ