



BGC

**BELTRÁN
& ASOCIADOS**

Investigación

Posicionamiento

Persuación

ELECCIONES FEDERALES DE 2006

ENCUESTA NACIONAL PREELECTORAL

Tercera entrega

**Encuesta nacional en vivienda, 1,200 casos.
Levantamiento del 30 de abril al 3 de mayo de 2006**

ÍNDICE

ÍNDICE	2
PRINCIPALES RESULTADOS	3
PREFERENCIAS ELECTORALES	6
CONOCIMIENTO E IMAGEN DE LOS CANDIDATOS.....	10
PERCEPCIÓN DE POSICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN ENCUESTAS Y EXPECTATIVAS DE TRIUNFO	13
DEBATE	15
SITUACION ECONÓMICA DEL PAIS.....	18
NOTA METODOLÓGICA.....	19

© **Derechos de Autor.- Copyright:** Todos los contenidos incluidos en este documento, tales como textos, gráficos, imágenes, íconos, compilaciones de datos, diseño general y formatos son propiedad exclusiva de BGC, Ulises Beltrán y Asocs., S.C. y se encuentran protegidos por las leyes mexicanas e internacionales del Copyright o Derecho de Autor. Usted cuenta con un acceso limitado a nuestros materiales para su uso personal únicamente, por lo que no podrán ser reproducidos, duplicados, copiados, vendidos, modificados, adaptados, publicados, traducidos, distribuidos ni de cualquier otra forma explotados para usos distintos sin contar con la autorización expresa y por escrito. D.R. © BGC, Ulises Beltrán y Asocs., S.C. México 2006.

Preferencias electorales

El tercer mes de campaña ha producido cambios en las preferencias electorales respecto a mediciones pasadas: Felipe Calderón sube al primer lugar con 37% de las mismas, ganando tres puntos respecto al mes anterior. Andrés Manuel López Obrador desciende al segundo lugar con 32% de las preferencias, perdiendo cuatro puntos en relación con marzo. Roberto Madrazo ocupa el tercer con 27% de las mismas, un punto menos que hace poco más de un mes.

En lo que refiere a las preferencias para las elecciones para diputados y senadores, el PAN también logra la mayoría relativa. Para senadores, el PAN obtiene los mismos 36% de marzo, el PRI obtiene 30% (3 puntos menos) y el PRD se estanca en 29%, mientras que los partidos pequeños en conjunto ascienden tres puntos para ubicarse en 5%. Un escenario muy similar sucede en el caso de las preferencias para diputados, los partidos pequeños logran 5% (3 más que en marzo), el PAN obtiene 37%, el PRI 29%, mismo porcentaje que alcanza el PRD.

Al igual que sucedió en el mes pasado, Felipe Calderón repunta en los estados gobernados por el PRI. Sin embargo, en este mes se coloca en el primer lugar de las preferencias en el conjunto de estos estados, lo cual puede explicar en parte que ocupe el primer lugar en las preferencias a nivel nacional. Asimismo, mantiene su ventaja en los estados gobernados por el PAN. López Obrador también sostiene su delantera en los estados gobernados por el PRD. Como es de esperarse, pese a su descenso, Roberto Madrazo se posiciona mejor en los estados gobernados por su partido.

Si se analizan las preferencias por estrato socioeconómico, se observa que Roberto Madrazo ha recuperado terreno en el estrato más bajo, en detrimento de López Obrador. Felipe Calderón es más preferido cuando se observan los otros estratos. Se aprecia una relación positiva entre nivel económico y preferencia por el candidato del PAN. A mayor nivel socioeconómico, mayor preferencia por Calderón. También se observa una relación positiva entre el grado de escolaridad y la preferencia por Calderón, así como entre la edad y la intención de voto por el candidato panista, salvo en el segmento de la población de mayor edad.

En lo que respecta a la identidad partidista, Calderón avanza 8 puntos en las preferencias de aquellos que se dicen panistas hasta alcanzar 93% de sus intenciones de voto. López Obrador pierde 5 puntos entre los que se identificaron como perredistas, por lo que se ubica con 89%. No obstante, sigue siendo el más preferido entre quienes no se identifican con ningún partido, es decir, los votantes independientes, y logra el 39% de preferencia entre estos, contra 33% para Calderón. La preferencia por Roberto Madrazo sube 4 puntos entre quienes se identificaron como priístas y se ubica con 82% de las preferencias de estos, aunque en cualquier caso, entre los principales candidatos, es el que menos logra respaldo de las personas identificadas con su propio partido.

Imagen de los candidatos

A dos meses de la elección presidencial y una semana posterior al primer debate entre los candidatos a la Presidencia de la República, Felipe Calderón es el candidato mejor posicionado públicamente. Es ampliamente conocido y logra avanzar -después del estancamiento en las tres últimas mediciones- en la evaluación positiva de su imagen, alcanzando su mejor registro en el Índice de opinión BGC (ponderación de opiniones favorables y desfavorables).

Continúa descendiendo el porcentaje de quienes tienen *muy buena o buena* opinión de López Obrador: pasa de 36% a 32%. No obstante, dejan de aumentar las opiniones desfavorables sobre el candidato de la alianza encabezada por el PRD (se estabilizan en 28%), ya que el porcentaje que aumenta es de quienes opinan *regular* sobre él.

La imagen de Roberto Madrazo tiende a recuperarse del deterioro observado el mes pasado. En esta ocasión aumentan ligeramente las opiniones regulares y disminuye el porcentaje de quienes tienen *muy mala* opinión de él (bajan de 44% a 38%), lo que le resulta favorable.

La candidata Patricia Mercado de Alternativa Social avanza significativamente respecto al mes pasado, tanto en conocimiento como en la evaluación de su imagen. 62% de la gente ahora la conoce (15 puntos más) y 24% opina positivamente sobre su persona.

Por el contrario, Roberto Campa de Nueva Alianza, no aprovechó el espacio en medios que le podía proporcionar el primer debate para causar una mejor impresión. A pesar de que ahora es más conocido (10 puntos más que en marzo), la evaluación de su imagen no mejoró notablemente.

En el contraste de atributos entre los tres principales candidatos, la evaluación en torno a López Obrador disminuyó en todos los renglones evaluados. En este momento, sólo supera a sus contrincante en lo referente a capacidad para hacer obras, cercanía con la gente y apoyo a los pobres. Por su parte, el candidato panista, que en general sigue mejorando su posicionamiento en atributos, supera a sus contrincantes en honradez, capacidad para resolver problemas, firmeza para combatir la inseguridad, más propuestas, capacidad para crear empleos, credibilidad, ideas modernas, tolerancia, capacidad para llegar a acuerdos y personalidad presidencial, así como ya compite con López Obrador en percepción de cambio y cumplimiento. El reconocimiento a las cualidades de Roberto Madrazo no cambia en el último mes y sigue compitiendo únicamente con Calderón y López Obrador en experiencia para gobernar.

Como en la medición de marzo, los aspectos negativos son relacionados más con Madrazo y López Obrador que con Calderón, salvo en lo que tiene que ver con la preocupación por las necesidades de la gente. El candidato priísta es percibido como el más mentiroso (43%), el más alejado de las necesidades de la gente

humilde (41%) y del que se dicen más cosas malas (42%). López Obrador se percibe como el más intolerante con quienes lo critican y compite con Madrazo en agresividad.

Percepción de posición de los candidatos en encuestas y expectativas de triunfo

La proporción de la población que ubica López Obrador como puntero en las encuestas desciende de 49% a 34%. Felipe Calderón ya es considerado el puntero por 28% de la población.

El 40% considera que Felipe Calderón se encuentra en segundo lugar (4 puntos menos que el mes pasado) y ahora 28% ubica a López Obrador como segundo (10 puntos más que el mes pasado). 34% de la población cree que López Obrador ganará la elección y 30% opina lo mismo de Felipe Calderón.

Debate

El debate de candidatos presidenciales de abril fue ampliamente conocido. Algo más de dos terceras partes de la población manifestaron estar enteradas de este evento (69%). Entre los enterados del debate, 36% cree que Felipe Calderón lo ganó, 23% cree que fue Madrazo y Patricia Mercado 4%. Roberto Campa y López Obrador son mencionados por 2%, cada uno.

Entre la población que manifestó que Calderón fue el ganador del debate, 46% dijo que había sido por “sus mejores propuestas”. 28% de los que consideran que el ganador fue Madrazo lo atribuyen también a esa misma razón. 11% opina que lo peor de Calderón durante el debate fue “criticar/atacar”, rasgo que también constituyó el mayor cuestionamiento al desempeño de Madrazo.

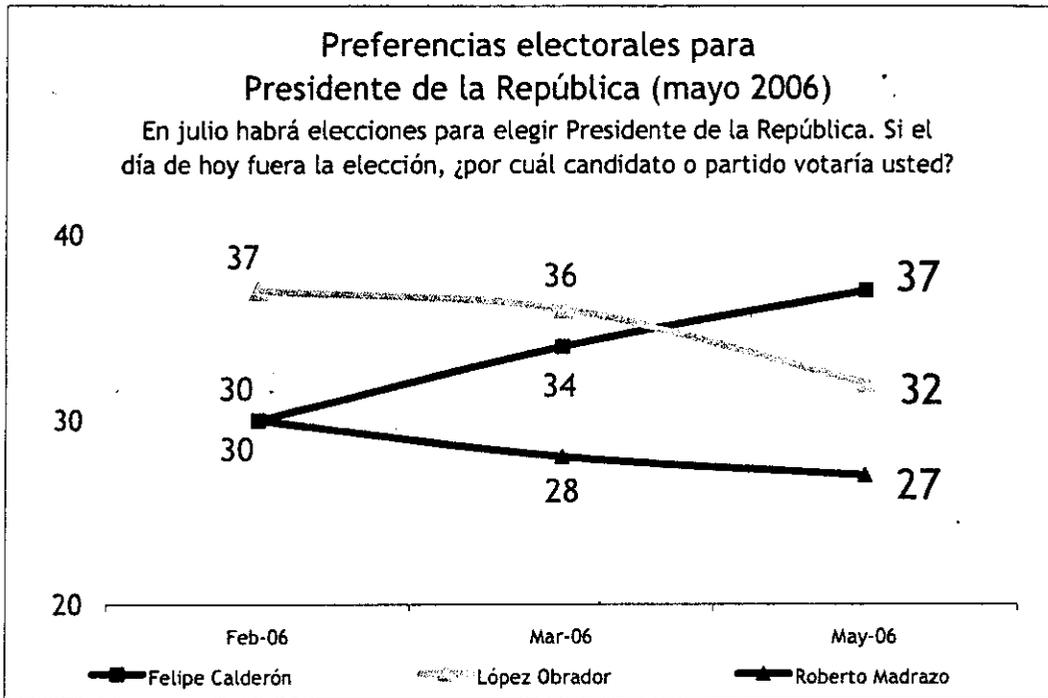
Se desaprueba mayoritariamente la decisión de López Obrador de no participar en el debate. A 53% le pareció mal esa decisión.

Como es de esperarse, la opinión sobre el candidato que se ha colocado como el ganador del debate tiende a mejorar a raíz del mismo entre un porcentaje mayor de personas. 35% dice contar con una opinión más favorable sobre Calderón después del debate. 17% dijo lo mismo sobre Madrazo y sólo 14% se expresó así sobre López Obrador. Patricia Mercado también mejora su imagen (para 29% es más positiva después del debate).

Situación económica

Continúa el predominio de la percepción negativa con respecto a la situación económica del país en aproximadamente dos tercios de la población.

PREFERENCIAS ELECTORALES



Candidatos

Preferencia Efectiva				
	Promedio encuestas abril-mayo	BGC ®		
		Febrero	Marzo	Mayo
Felipe Calderón Hinojosa del PAN	38	30	34	37
Roberto Madrazo Pintado de la Alianza por México	25	30	28	27
Andrés Manuel López Obrador de Alianza por el Bien de Todos	33	37	36	32
Otros	4	3	2	4

Partidos

	PRESIDENCIAL			SENADORES			DIPUTADOS FEDERALES		
	feb	mar	mayo	feb	mar	mayo	feb	mar	mayo
PAN	30	34	37	30	36	36	30	34	37
PRI	30	28	27	33	33	30	33	34	29
PRD	37	36	32	33	29	29	34	30	29
Otros	3	2	4	4	2	5	3	2	5

En julio habrá elecciones para elegir Presidente de la República.
Si el día de hoy fuera la elección ¿por cuál candidato o partido votaría usted?
CRUCE POR IDENTIDAD PARTIDISTA (Efectiva)

		% de panistas votaría por ...	% de priistas votaría por ...	% de perredistas votaría por ...	% de identificados con otro partido votaría por ...	% de independientes votaría por ...
Felipe Calderón	Feb	81	3	1	14	29
	Mar	85	5	2	41	35
	May	93	5	3	45	33
Roberto Madrado	Feb	10	85	4	5	20
	Mar	6	78	2	20	17
	May	1	82	7	5	17
AMLO	Feb	7	11	93	58	47
	Mar	8	16	94	31	41
	May	4	11	89	15	39
OTROS	Feb	2	1	2	23	4
	Mar	1	1	2	8	7
	May	2	2	1	35	11
Total del estrato	Feb	18	24	17	2	35
	Mar	23	22	15	4	36
	May	24	22	14	2	37

*En la encuesta de febrero, 3% no contestó la pregunta de identificación partidista.
En la encuesta de marzo, 0% no contestó la pregunta de identificación partidista.
En la encuesta de mayo, 0% no contestó la pregunta de identificación partidista.*

En julio habrá elecciones para elegir Presidente de la República.
 Si el día de hoy fuera la elección ¿por cuál candidato o partido votaría usted?
 CRUCE POR ACUERDO CON GOBIERNO DE FOX (Preferencia efectiva)

		% de personas que están de acuerdo con el gobierno de Fox votaría por ... (57% está de acuerdo en febrero, 64% en marzo, 69% en mayo)	% de personas que están en desacuerdo con el gobierno de Fox votaría por ... (41% está en desacuerdo en febrero, 35% en febrero, 30% en mayo)
Felipe Calderón	Febrero	42	7
	Marzo	49	8
	Mayo	50	29
Roberto Madrazo	Febrero	25	41
	Marzo	22	36
	Mayo	23	31
AMLO	Febrero	31	49
	Marzo	26	52
	Mayo	24	36
OTROS	Febrero	2	3
	Marzo	3	4
	Mayo	3	4

CONOCIMIENTO E IMAGEN DE LOS CANDIDATOS

		Conoci- miento	Opinión					N _s	Índice de Opinión ¹
			Muy buena	Buena	Regular	Mala	Muy mala		
Felipe Calderón Hinojosa	Feb-06	87	10	22	38	10	5	15	5.6
	Mar-06	93	8	28	37	13	4	10	5.6
	Mayo-06	94	12	29	38	11	3	7	6.0
Roberto Madrazo Pintado	Feb-06	94	10	18	26	22	14	10	4.7
	Mar-06	97	5	17	28	26	18	6	4.1
	Mayo-06	97	6	18	32	27	11	6	4.5
Andrés Manuel López Obrador	Feb-06	93	17	28	31	10	5	9	6.2
	Mar-06	97	13	23	29	19	10	6	5.3
	Mayo-06	98	10	22	34	19	9	6	5.1
Patricia Mercado Castro	Feb-06	41	3	16	37	8	2	34	5.4
	Mar-06	47	3	14	36	11	4	32	5.0
	Mayo-06	62	4	20	43	7	2	24	5.6
Roberto Campa Cifrián	Feb-06	39	1	9	35	14	3	38	4.6
	Mar-06	48	2	9	34	16	5	34	4.5
	Mayo-06	58	2	12	41	14	4	27	4.8

¹ Nota: se establece mediante el cálculo de la calificación promedio según una valoración a las respuestas en una escala de 0 a 10 (muy buena=10, buena=7.5, regular=5, mala=2.5 y muy mala=0)

² No se reporta el índice de opinión porque el conocimiento es muy bajo y no es estadísticamente significativo

Entre Felipe Calderón, Roberto Madrazo y Andrés Manuel López Obrador,
¿quién cree usted que...?

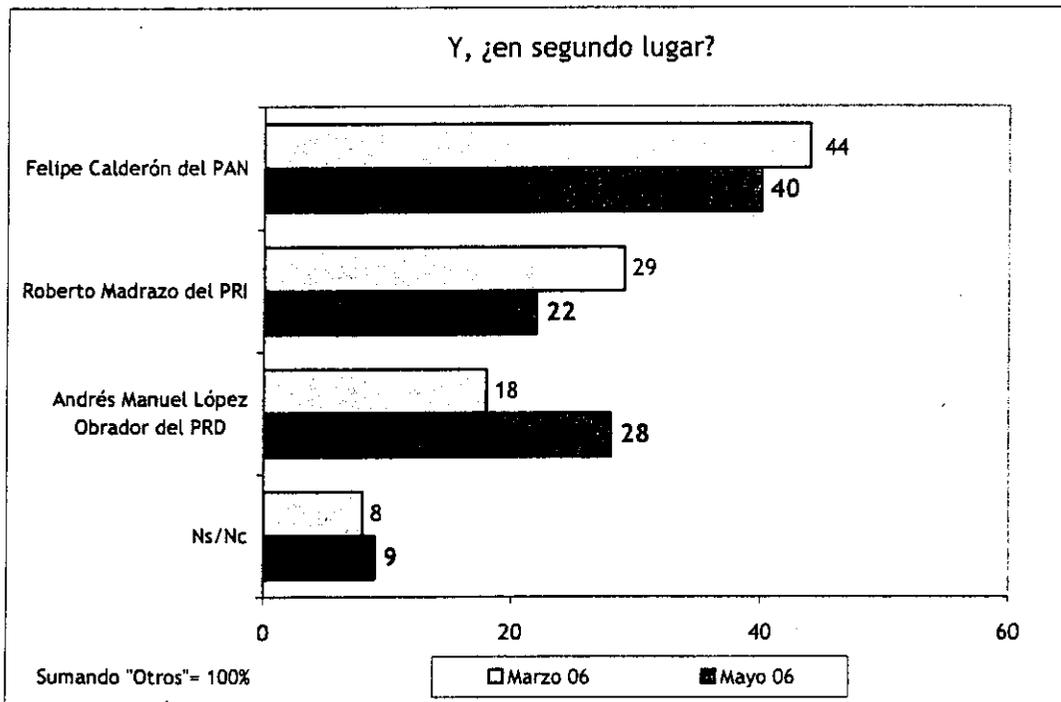
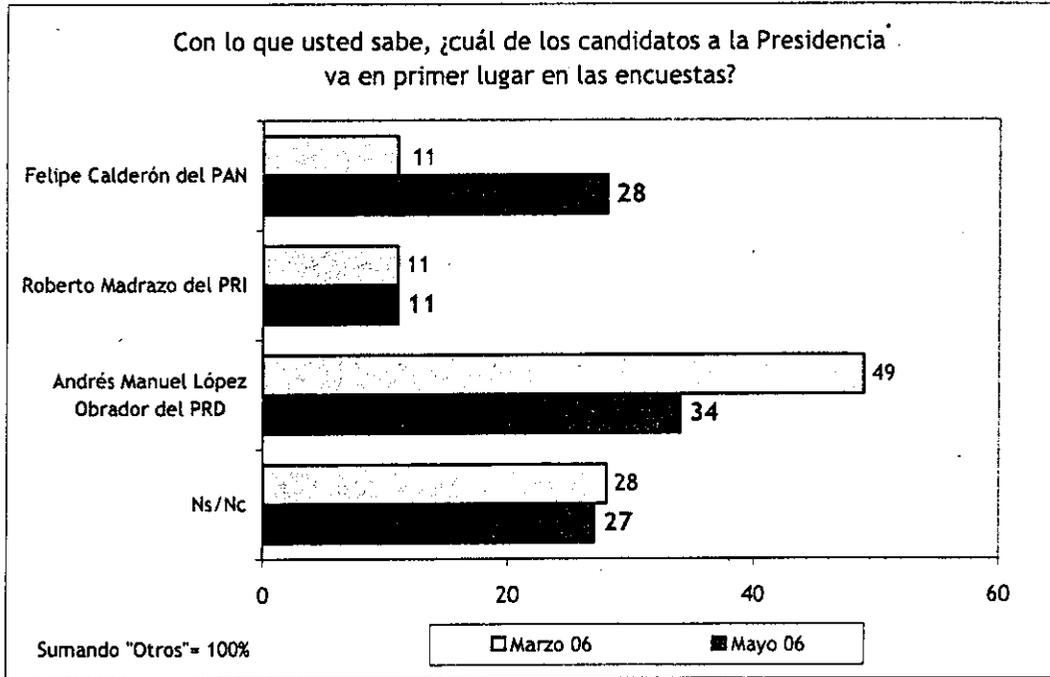
	Felipe Calderón			Roberto Madrazo			Andrés Manuel López Obrador			DIFERENCIA					
	Feb	Mar	May	Feb	Mar	May	Feb	Mar	May	RMP			FCH		
										Feb	Mar	May	Feb	Mar	May
Es más cercano a la gente	16	22	26	20	18	19	45	43	38	25	25	19	29	21	12
Le garantiza que hace más obras	-	23	25	-	19	18	-	41	38	-	22	20	-	18	13
Se preocupa más por los pobres	15	23	25	19	17	18	42	38	35	23	21	17	27	15	10
Representa más un cambio	21	28	30	21	20	19	36	34	31	15	14	12	15	6	1
Ha cumplido más en los cargos que ha tenido	15	22	29	21	18	19	37	33	28	16	15	9	22	11	-1
Lograría más que se creen empleos	22	30	35	23	23	19	33	30	26	10	7	7	11	0	-9
Es más capaz para resolver los problemas	21	28	32	24	24	21	32	29	26	8	5	5	11	1	-6
Tiene más experiencia para gobernar	17	21	25	25	28	28	33	30	26	8	2	-2	16	9	1
Cuenta con ideas más modernas para resolver los problemas del país	22	32	35	22	21	19	32	27	25	10	6	6	10	5	-10
Es más tolerante con quienes lo critican	-	34	35	-	19	20	-	26	25	-	7	5	-	8	-10
Es más creíble en lo que dice	21	29	34	21	20	19	34	29	25	13	9	6	13	0	-9
Es el candidato que, en lugar de estar criticando, ofrece propuestas.	-	34	32	-	17	19	-	26	24	-	9	5	-	-5	-8
Tiene más personalidad para ser presidente	22	32	35	25	22	22	32	28	23	7	6	1	10	-1	-12
Tendría más firmeza para combatir la inseguridad	18	27	29	24	25	23	33	28	23	9	3	0	15	1	-6
Se rige más por los valores morales que usted aprecia más	22	31	35	21	19	19	32	28	22	11	9	3	10	-3	-13
Tiene más capacidad para llegar a acuerdos con sus opositores	19	30	33	24	22	22	30	26	22	6	4	0	11	-4	-11
Es más honrado para manejar el dinero del pueblo	18	27	28	17	15	14	28	25	22	11	10	8	11	2	-6

Sumando "Ninguno", "No los conoce lo suficiente" y "Ns/Nc"=100%

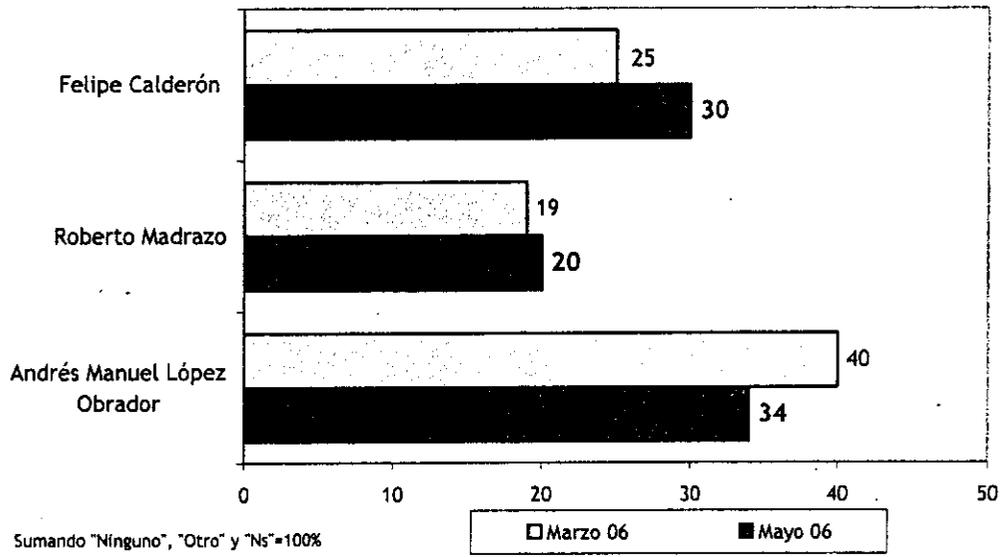
Entre Felipe Calderón, Roberto Madrazo y Andrés Manuel López Obrador,
¿Quién cree usted que...?

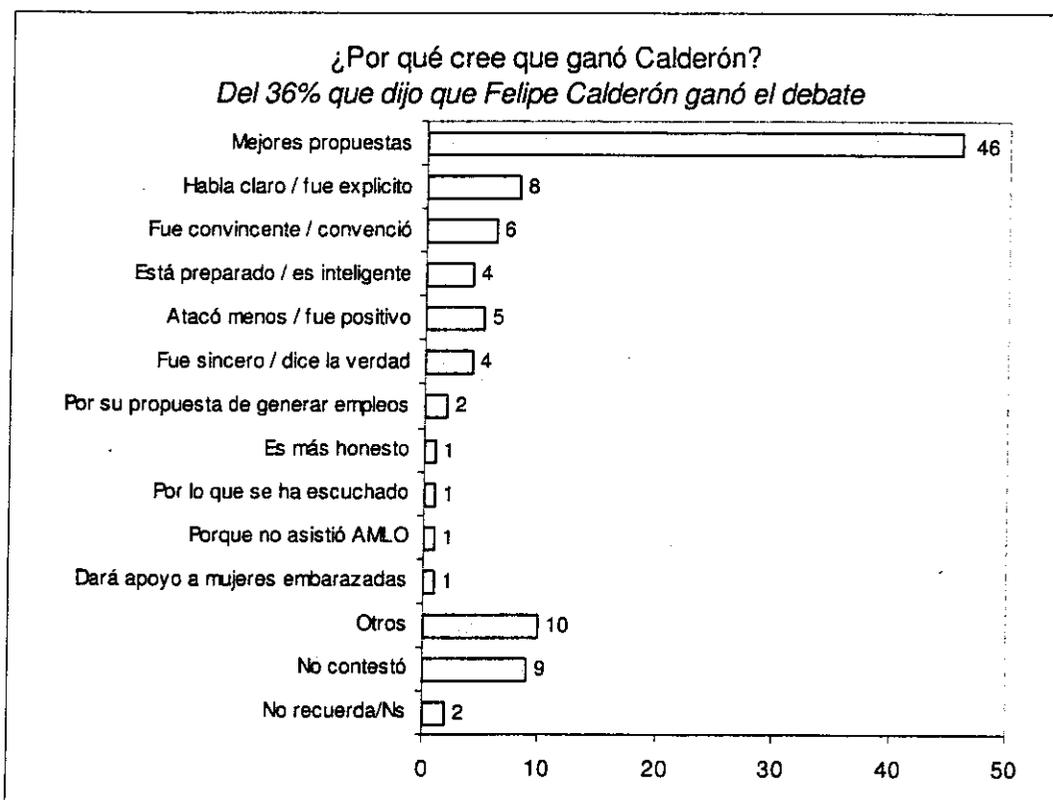
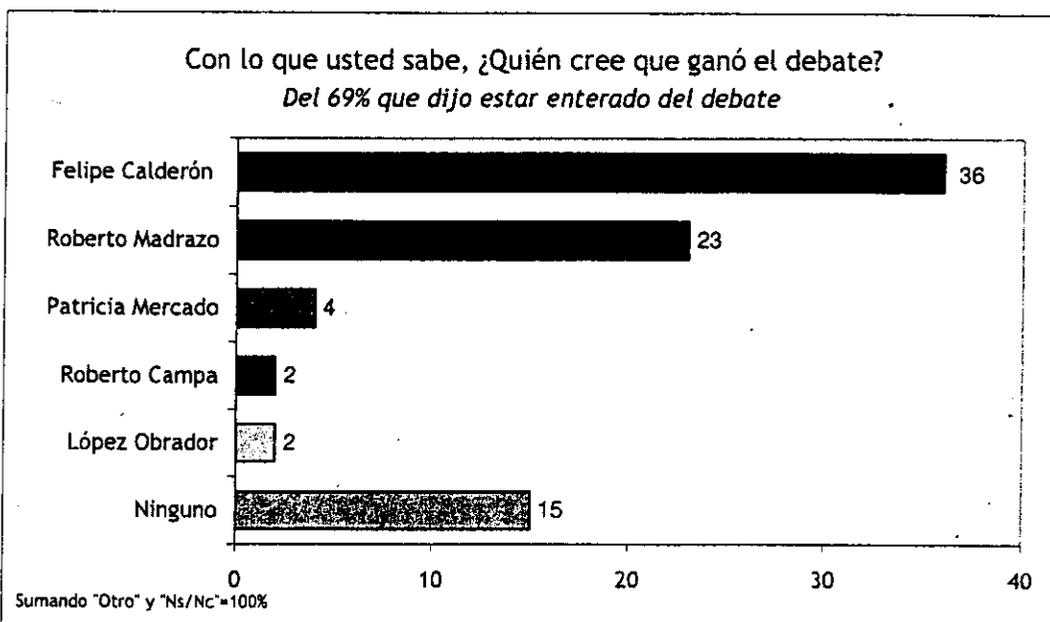
	Felipe Calderón		Roberto Madrazo		Andrés Manuel López Obrador		Ninguno		Ns/Nc		Diferencia			
	Mar	May	Mar	May	Mar	May	Mar	May	Mar	May	Mar	May	Mar	May
Miente más en lo que dice	9	11	41	43	30	27	2	3	10	11	-11	-16	21	16
Tiene menos conocimientos para resolver los problemas	25	18	24	30	26	27	3	6	13	12	2	-3	1	9
Es más intolerante con quienes lo critican	12	10	29	33	42	38	3	3	8	11	13	5	30	28
Le quedaría grande el puesto de Presidente	21	17	27	34	30	29	3	3	13	12	3	-5	9	12
Es más alejado de las necesidades de la gente humilde	23	20	43	41	14	19	2	4	11	12	-29	-22	9	-1
La gente habla más mal de él	9	8	42	42	32	33	1	2	10	11	-10	-9	20	25
Es más agresivo	7	8	38	36	39	36	1	4	9	11	1	0	37	28
Provocaría una crisis económica con sus propuestas	9	10	31	31	38	34	2	4	14	16	7	3	29	24
Sumando "No los conoce lo suficiente" = 100%														

PERCEPCIÓN DE POSICIÓN DE LOS CANDIDATOS EN ENCUESTAS Y EXPECTATIVAS DE TRIUNFO

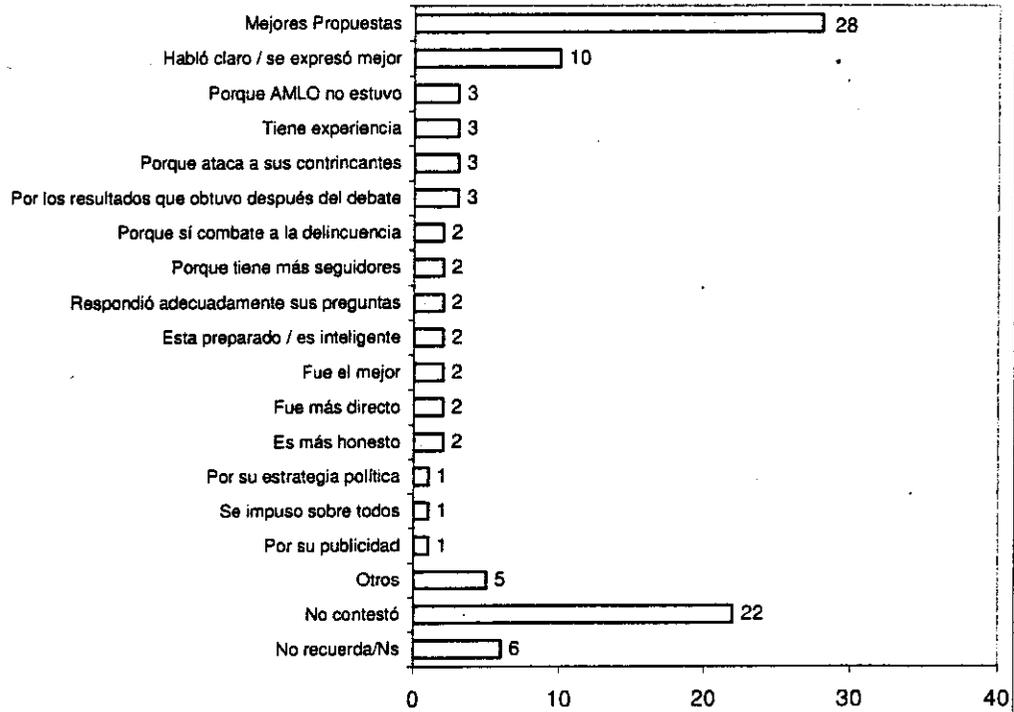


Independientemente del partido por el que va a votar, ¿cuál candidato a la Presidencia cree usted que va a ganar el día de la elección?

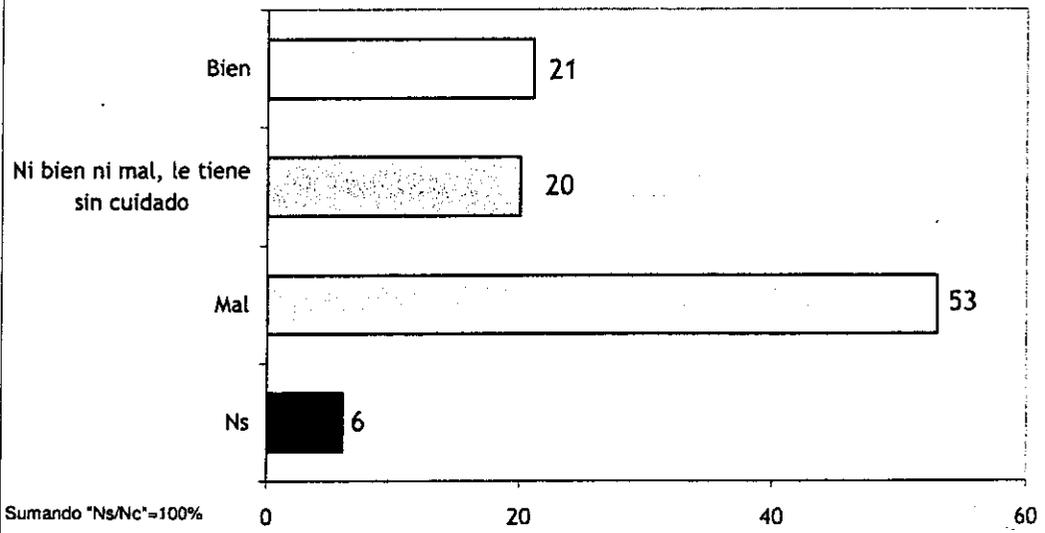




¿Por qué cree que ganó Madrazo?
 Del 23% que dijo que Roberto Madrazo ganó el debate



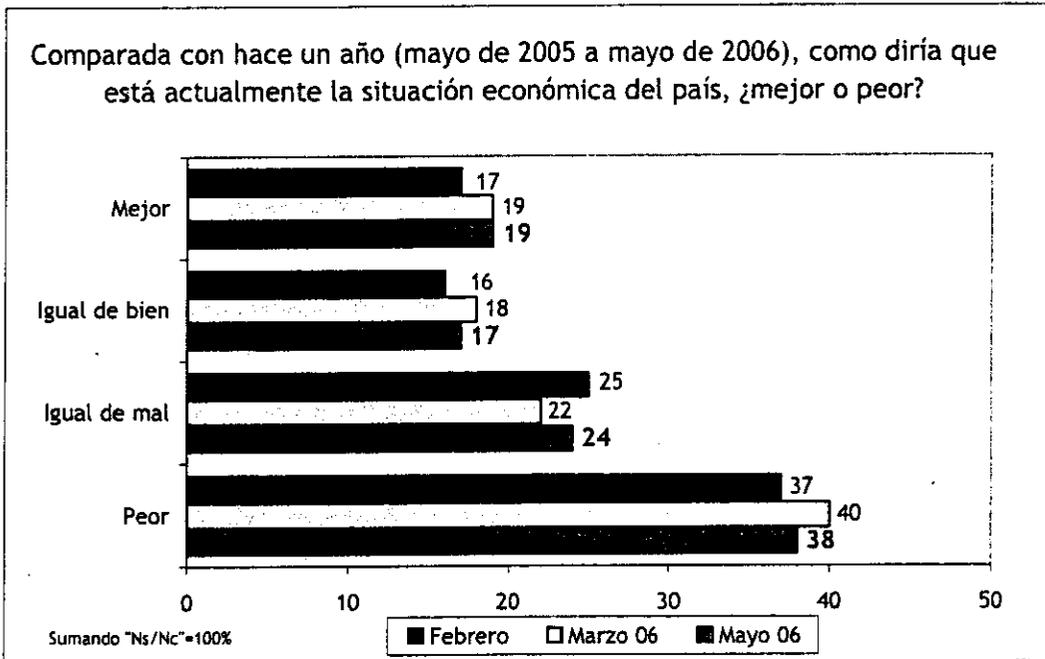
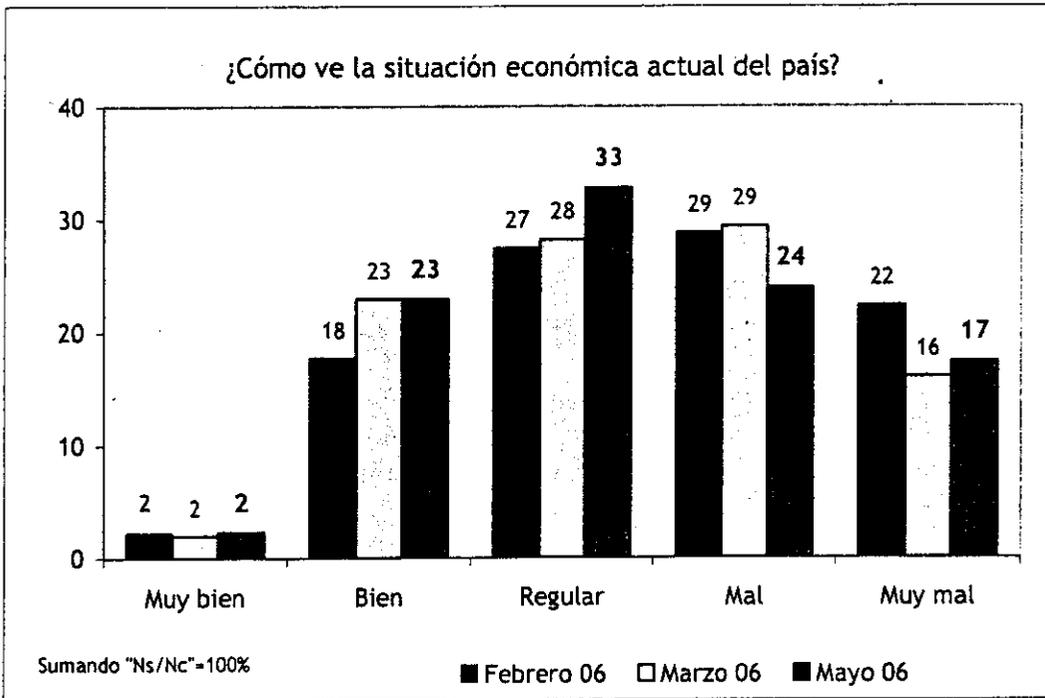
Andrés Manuel López Obrador no quiso participar en este primer debate. ¿Le parece bien o le parece mal que Andrés Manuel López Obrador no haya participado en el debate?



Después del debate,
¿su opinión sobre... es más favorable, menos favorable o no ha cambiado?

	<i>Más favorable</i>	<i>Menos favorable</i>	<i>No ha cambiado</i>	<i>Ns/Nc</i>
Felipe Calderón	35	14	41	10
Roberto Madrazo	17	36	38	9
Andrés Manuel López Obrador	14	31	42	13
Patricia Mercado	29	11	39	21
Roberto Campa	12	19	45	24

SITUACION ECONOMICA DEL PAIS



NOTA METODOLÓGICA

De acuerdo con los ordenamientos legales, establecidos en el acuerdo CG282/2005 del Consejo Federal del Instituto Federal Electoral, por el que se establecen los criterios estadísticos de carácter científico para la realización de encuestas por muestreo, se detallan las siguientes características de la encuesta nacional.

Fecha de levantamiento: del 30 de abril al 3 de mayo del 2006.

Población objetivo: personas mayores de 18 años que cuentan con credencial para votar que radican en el país.

Tamaño de muestra: 1,200 entrevistas aplicadas a personas mayores de 18 años que cuentan con credencial para votar.

Marco muestral: el listado de todas las secciones electorales del país con sus resultados oficiales de la elección de diputados federales del año 2003.

Esquema de selección de la muestra: la selección de la muestra se hizo mediante un muestreo polietápico y estratificado. Los estratos consideran el nivel de competencia entre partidos en la elección de 2003. La selección de la muestra se hace de manera independiente en cada estrato de competencia.

Etapas de la muestra: en la primera etapa se seleccionaron 120 secciones con probabilidad proporcional a su tamaño (PPT), en la segunda etapa se seleccionaron 2 manzanas en cada sección. En la tercera etapa se seleccionaron 5 viviendas en cada manzana. En ambas etapas la selección se realizó con un método de muestreo sistemático y arranque aleatorio. Finalmente se selecciona al respondente con base al cumplimiento de cuotas de sexo y edad.

Instrumento de recolección de la información: cuestionario previamente elaborado el cual es aplicado por personal capacitado para tal efecto. El cuestionario fue aplicado cara a cara en la vivienda del entrevistado.

Características de la muestra: el levantamiento se realizó en 120 secciones electorales de 25 estados del país. Los resultados de la encuesta tienen un margen de error teórico máximo de ± 2.98 puntos con un nivel de confianza del 95%.

Procesamiento de la información y análisis de resultados: Para el análisis de los datos se consideró el factor de expansión generado como el inverso de la probabilidad de selección del entrevistado, también se consideraron factores de ajuste por no respuesta y por desviaciones de los parámetros poblacionales de sexo y edad.

Tasa de no respuesta: Los porcentajes de no respuesta (ninguno, no sabe, no contestó, anulado, en blanco): 14% para la elección presidencial, 20% para la de senadores y 20% para la de diputados.

Tasa de rechazo: 43%

Recursos humanos: 40 entrevistadores, 27 supervisores, 2 coordinadores, 6 capturistas, 2 supervisores de captura y 2 investigadores.

Fraseo de las preguntas de intención de voto:

Para las preguntas de intención de voto se emplearon boletas simuladas y urna. Las preguntas a los encuestados fueron las siguientes:

*En julio habrá elecciones para elegir Presidente de la República.
Si el día de hoy fuera la elección ¿por cuál candidato o partido votaría usted?*

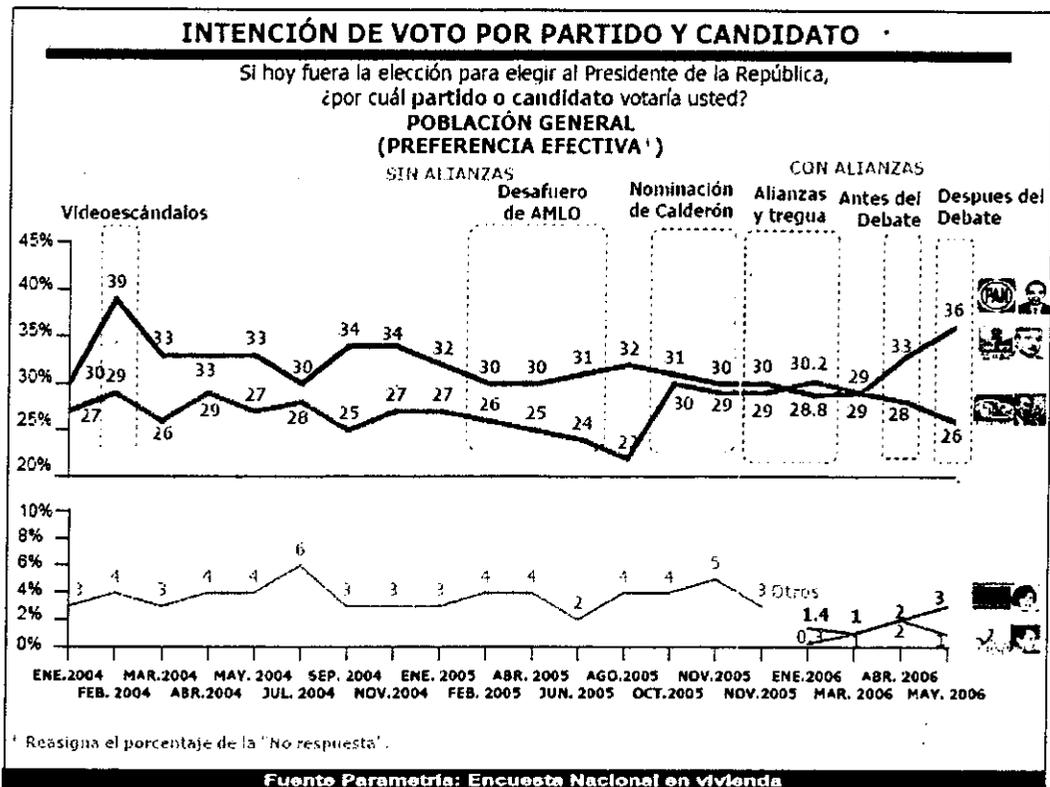
*En julio también habrá elecciones para elegir senadores.
Si el día de hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría usted?*

*En julio también habrá elecciones para elegir diputados federales.
Si el día de hoy fuera la elección ¿por cuál partido votaría usted?*

Los resultados de preferencias se basan en estimación de votantes probables con base en metodología propia de la empresa.

Realización y patrocinio: La encuesta fue realizada y patrocinada por la propia empresa BGC, Ulises Beltrán y Asociados, S. C. y distribuida entre un grupo sindicado de clientes suscriptores de la publicación de circulación restringida "Acontecer Nacional y Opinión Pública", realizada por el propio despacho.

Responsable de la publicación de la encuesta: BGC, Ulises Beltrán y Asociados, S. C.



El factor más importante y que ha llevado al candidato perredista a perder su ventaja inicial y cerrar la elección, tiene que ver con el efecto de las campañas negativas en su contra, las cuales han afectado sensiblemente su imagen, pues al día de hoy se encuentra en su punto más bajo en la serie de Parametría en cerca de tres años, y por primera vez su opinión positiva es sólo de un dígito.

Uno de los datos más notables de la medición es que mientras Calderón se mantiene en el mismo nivel de 23% de opinión positiva, López Obrador (8%) se ubica incluso por debajo de Patricia Mercado (11%). Quien además subió sus niveles de conocimiento en cerca de 20 puntos porcentuales.

A diferencia de lo que sugiere la teoría de la comunicación política, el *spot* que parece afectar más su imagen es el de cuestionamiento de carácter (*chachalaca*), que el de record de gestión (deuda-peligro). Estos *spots* tienen niveles de recordación de 85% y 88%, mientras los de López Obrador sólo de 65%.

Un segundo elemento que favoreció a Felipe Calderón o perjudicó a López Obrador, lo constituyó la ausencia de este último en el debate (y las críticas del predebate y posdebate), donde si bien el impacto en las preferencias electorales es marginal, en un contexto de elección competida estos puntos pueden llegar a ser muy valiosos.

Felipe Calderón aventaja a López Obrador (May. 06)

Las campañas negativas tienen más impacto que el debate

Por primera vez en la serie de Parametría, Felipe Calderón se encuentra al frente en la contienda presidencial con una ventaja de dos puntos porcentuales sobre Andrés Manuel López Obrador. Si bien la delantera es marginal, puede considerarse como empate, no debe dejar de observarse la tendencia a la baja del candidato del Partido de la Revolución Democrática.

Por su parte, Roberto Madrazo pierde terreno y se aleja de los punteros, mientras que Patricia Mercado, según la última medición, alcanza el registro para su partido y se presenta con una perspectiva muy prometedora por su buena imagen. No es así en el caso de Roberto Campa, que apenas obtiene el 1% de la intención de voto.

**PREFERENCIA ELECTORAL
ELECCIÓN PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA
POR PARTIDOS EN ALIANZA Y CANDIDATO**

Si hoy fuera la elección para elegir al PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA,
(BRUTA) ¿por cuál partido o candidato votaría usted? (EFECTIVA)**

Total		TOTAL	
Ns/Nc	%	Ns/Nc	%
(...) Opción	Intención de voto	(...) Opción	Intención de voto
FELIPE CALDERÓN	32.9%	FELIPE CALDERÓN	36.6%
ROBERTO MADRAZO	23.9%	ROBERTO MADRAZO	26.9%
ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	30.9%	ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	34.9%
PATRICIA MERCADO	2.5%	PATRICIA MERCADO	3%
ROBERTO CAMPA	0.5%	ROBERTO CAMPA	1%
Ns/Nc	12.9%		
Total	100.0%	TOTAL	100.0%

Fuente: Parametría: Encuesta Nacional / 1,000 casos / Error (+/-) 3.1% / Del 5 al 8 de Mayo de 2006

Como bien sugiere la literatura, el impacto del debate es más en imagen que electoral. Sólo 4% de los electores dicen haber cambiado su preferencia electoral a partir de este evento, mientras que 14% declaran haber cambiado su opinión por alguno de los candidatos. La clara ganadora del cambio de opiniones positivas a partir del debate fue Patricia Mercado (+88%), mientras el gran perdedor fue López Obrador (-93%). Del 4% que dijo cambiar su preferencia electoral sólo un 1% lo hizo a favor de Calderón, Roberto Madrazo perdió 0.8% y López Obrador 0.6%.

Con estos números en mente podemos decir que el efecto de las campañas negativas ha sido más relevante que el debate mismo para explicar este ajuste en las preferencias electorales.

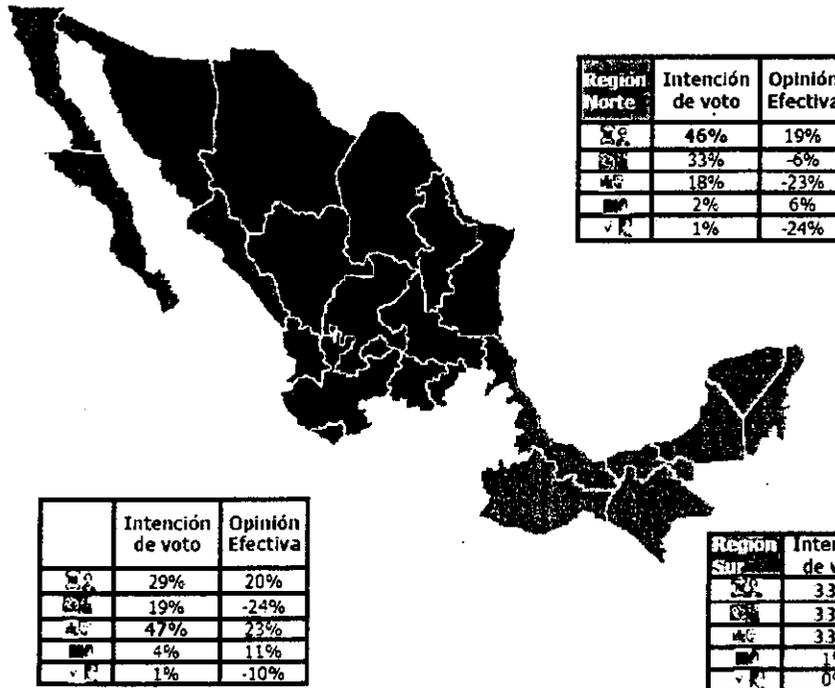
Lo anterior se refleja en la composición que podría presentar el Congreso de la Unión, donde el PAN aventaja al PRI y PRD por alrededor de 3 puntos porcentuales.

A nivel regional, se identifican diferencias importantes dependiendo de la región. El norte panista, el centro perredista y el sur se encuentra dividido a tercios entre las tres principales fuerzas políticas.

PREFERENCIA ELECTORAL ELECCIÓN DEL CONGRESO POR PARTIDOS EN ALIANZA EN PREGUNTA					
ELECCIÓN DE SENADORES			ELECCIÓN DE DIPUTADOS FEDERALES		
(...) Opción	Intención de voto ABRIL 2006	Intención de voto MAYO 2006	(...) Opción	Intención de voto ABRIL 2006	Intención de voto MAYO 2006
	34%	35%		34%	35%
	36%	32%		36%	32%
	29%	32%		28%	31%
	0.3%	0%		0.4%	1%
	0.7%	1%		0.6%	1%
TOTAL	100%	100%	TOTAL	100%	100%

Fuente Parametria: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1%/ Del 5 al 8 de Mayo de 2006

PREFERENCIA ELECTORAL EFECTIVA POR REGIÓN



Nota: La Región Norte abarca la circunscripción 1 y 2; la Región Centro la circunscripción 4 y 5; y la Región sur corresponde a la circunscripción 3.

Imagen de candidatos: AMLO cae, Calderón se mantiene

A menos de dos meses de la elección presidencial, el nivel de conocimiento de los tres principales candidatos supera la barrera del 90%. Tanto a Felipe Calderón como a Roberto Madrazo los conoce el 98% de los mexicanos, mínimamente superados por Andrés Manuel López Obrador, con un conocimiento del 99%.

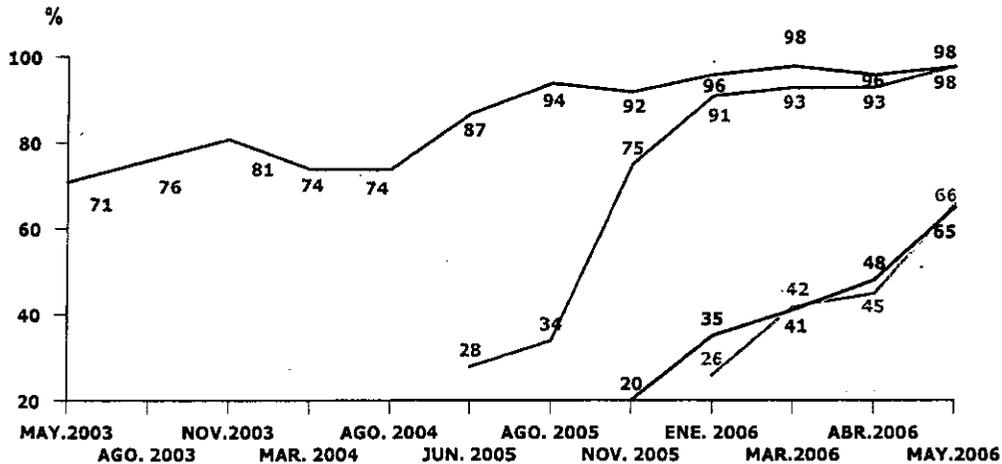
La serie de Parametría que mide esta variable desde mayo de 2003, colocaba entonces a López Obrador con un conocimiento del 82% y a Madrazo con el 71%. Ninguno de los dos era candidato oficial a la Presidencia de México, mientras que Calderón recién había concluido su mandato como diputado federal y no estaba en los planes del PAN para disputar la candidatura.

Oficializadas las candidaturas, los tres principales contendientes contaban ya con un importante nivel de conocimiento. La medición de Parametría que lo registra corresponde a enero de 2005 y muestra a Calderón con el 91%, a Madrazo con 96% y a López Obrador con 98%.

CONOCIMIENTO DE CANDIDATOS

¿Ha oído hablar o no de (...)?

— Roberto Madrazo — López Obrador — Felipe Calderón — Patricia Mercado — Roberto Campa



Fuente Parametría: Encuesta Nacional en vivienda

La opinión de los mexicanos sobre los candidatos ha fluctuado bastante, mostrando en algunos casos tendencias que podrían ser definitivas. El dato fundamental de la serie de Parametría registra una significativa caída en la opinión efectiva (resta de opinión positiva y negativa) de López Obrador: desde el 51% que tuvo en junio de 2005 el desplome ha sido constante y hoy se ubica en un 8%, superado incluso por Patricia Mercado.

La imagen positiva del ex jefe de gobierno del DF no ha descendido demasiado en las últimas mediciones, pero la negativa va en ascenso. Desde marzo su imagen negativa ha crecido 10 puntos porcentuales: de 18% a 28%.

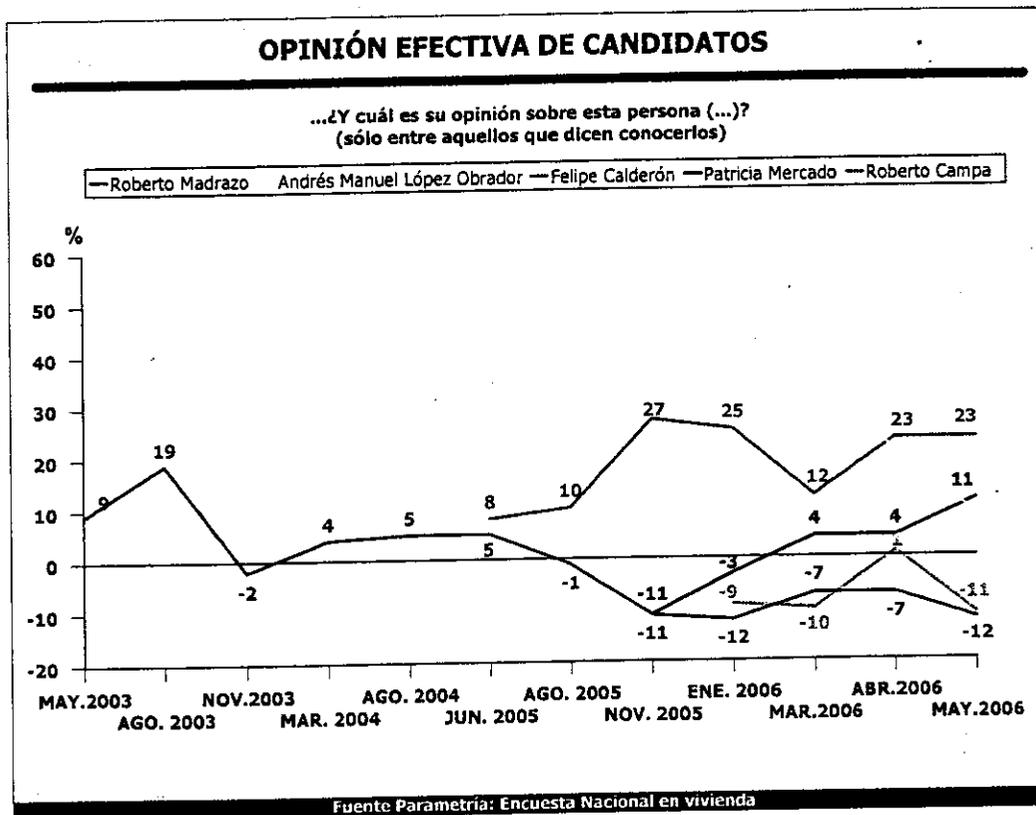
CONOCIMIENTO Y OPINIÓN DE CANDIDATOS PRESIDENCIALES

Personaje	¿Ha oído hablar o no de (...)?	...¿Y cuál es su opinión sobre esta persona (...)? (sólo entre aquellos que dicen conocerlos)						
		Sí ha oído hablar de él/ella	Muy buena	Buena	Positiva (suma de muy buena y buena)	Regular	No sabe/No contestó	Opinión efectiva*
Andrés Manuel López Obrador	99%	11%	25%	36%	18%	10%	28%	8%
Roberto Madrazo	98%	5%	21%	26%	26%	12%	38%	-12%
Felipe Calderón	98%	9%	31%	40%	14%	3%	17%	23%
Roberto Campa	66%	1%	13%	14%	21%	4%	25%	-11%
Patricia Mercado	65%	3%	23%	26%	13%	2%	15%	11%

Nota: Suma 100% agregando "Regular" y "No sabe/No contestó". * Opinión efectiva es la resta de opinión (+) menos opinión (-)
Fuente Parametría: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1%/ Del 5 al 8 de Mayo de 2006

En cuanto a Calderón, su nivel de opinión efectiva no ha variado significativamente desde que ganó la interna de su partido (octubre de 2005), con un 27% en noviembre de 2005 y un 23% hoy.

Para Madrazo, las variaciones tampoco han sido importantes, su opinión efectiva se mantiene con signo negativo. Desde la confirmación oficial de candidatos ha obtenido -12%, igual porcentaje al obtenido en la presente medición. Algo similar ocurre con Roberto Campa con un -11%.



La opinión sobre un candidato no presenta los mismos niveles que la preferencia de voto. Principalmente porque las personas podrían tener opiniones positivas por candidatos que no van a votar o, aún votando por ellos, tener opiniones negativas, ya que el peso principal de su elección es el partido. Es una variable que explica buena parte de esta preferencia, pero no toda.

Hoy las tendencias en cuanto a las opiniones de los candidatos parecen claras y sólo falta saber cómo hará López Obrador para revertir sus niveles de imagen negativa y qué ocurrirá con los candidatos que pugnan por mantener su registro, ya que tienen un margen cercano a 30 puntos para crecer en su conocimiento y una estrategia adecuada podría traducir este crecimiento, en votos.

El efecto de las campañas en el candidato indestructible

En los últimos meses, Andrés Manuel López Obrador ha estado expuesto a una serie de ataques por parte del PAN y del PRI en el marco de la campaña presidencial, lo cual ha dañado sensiblemente su imagen. El viejo adagio de que es más fácil destruir que construir, se ha cumplido en el candidato del Partido de la Revolución Democrática.

Los tres argumentos principales, manejados por los adversarios de López Obrador y que explican en gran medida su caída en imagen e intención de voto, son: 1) cuestionar su gestión al frente del gobierno del Distrito Federal, 2) llamarlo cobarde por no haber asistido al debate, y 3) calificarlo de intolerante por callar al Presidente de la República.

De estos tres argumentos, el mensaje que más ha impactado en el electorado, en lo que toca a modificar la opinión sobre López Obrador, es el de haber callado al presidente y llamarlo *chachalaca*.

El segundo mensaje que más ha afectado la imagen del perredista, es el spot donde aparece Roberto Madrazo retándolo a debatir. Y finalmente, se encuentra el argumento utilizado por el PAN, en el que lo acusa de haber financiado con deuda los programas sociales y obras públicas de la Ciudad de México, y por consiguiente, representar un peligro para el país en caso de llegar a la Presidencia.

Estos tres mensajes, en su conjunto, han mermado considerablemente en unos cuantos meses la imagen del candidato *indestructible*, construida durante los últimos 5 años.

Si bien los partidos creadores de estas campañas negativas también terminan afectando a sus candidatos, el costo más alto hasta el momento, lo ha cargado el abanderado de la alianza Por el Bien de Todos.

Ante esta situación, el PRD no tiene más alternativa que entrar de lleno a este tipo de campañas para intentar contrarrestarlas o perderá la oportunidad de llegar por primera vez a la presidencia.

EFECTO DE LAS CAMPAÑAS							
Mensaje del Spot	Conocimiento	IDENTIFICACIÓN DE AUTORÍA		A partir de este anuncio, ¿su opinión sobre (...) cambió ...?			
				AMLO		FC	
				Cambio (+)		Cambio (+)	
Cállate chachalaca	82%	39%	5%	9%	31%	11%	15%
López Obrador es un peligro para México	71%	49%	7%	9%	20%	10%	14%

Mensaje del Spot	Conocimiento	IDENTIFICACIÓN DE AUTORÍA		A partir de este anuncio, ¿su opinión sobre (...) cambió ...?			
				AMLO		RM	
				Cambio (+)		Cambio (+)	
Retando a López Obrador a un debate	75%	36%	43%	8%	22%	9%	24%

Mensaje del Spot	Conocimiento	IDENTIFICACIÓN DE AUTORÍA		A partir de este anuncio, ¿su opinión sobre AMLO cambió ...?	
		Del PRD	De AMLO	Cambio (+)	
Cumplir es mi fuerza	64%	24%	43%	22%	8%

Fuente: Parametría: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1%/ Del 5 al 8 de Mayo de 2006

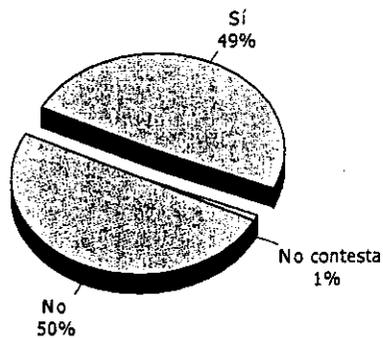
Un debate con poco impacto electoral

El debate entre los candidatos presidenciales tuvo poco impacto sobre la opinión de electores respecto a los aspirantes y su intención de voto. La encuesta del mes de mayo de Parametría muestra que a pesar de que la gente se enteró del encuentro y que fue transmitido por televisión y radio, su efecto electoral entre los mexicanos resultó casi imperceptible.

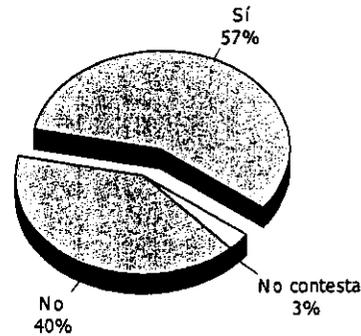
En la medición de Parametría se aprecia que una de cada dos personas vio o escuchó el debate (49%) y seis de cada diez ciudadanos (57%) escuchó o leyó algún tipo de comentario de periodistas o analistas después del intercambio de ideas de los candidatos.

AUDIENCIA DEL DEBATE Y DE LOS COMENTARIOS POSTERIORES

¿El pasado martes 25 de abril se realizó un debate entre los candidatos a la Presidencia de la República, ¿usted vio o escuchó el debate?



Independientemente de si vio o no el debate, ¿escuchó o leyó comentarios de periodistas o analistas acerca de este debate?



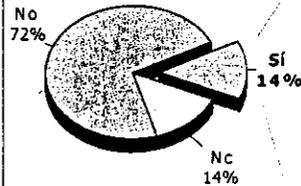
Fuente Parametria: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1%/ Del 5 al 8 de Mayo de 2006

La opinión de los mexicanos sobre los candidatos se alteró mínimamente después de la contienda, ya que la información demuestra que siete de cada diez personas (72%) no cambiaron su percepción con base en lo que vieron o escucharon del debate. Sólo el 14% de la población sí lo hizo.

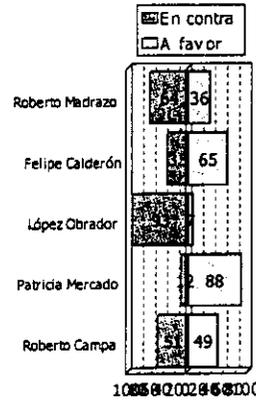
A este porcentaje se les preguntó para cada uno de los candidatos si el cambio fue a favor o en contra. Patricia Mercado es quien capitalizó mejor los cambios de opinión de los mexicanos, ya que el 88% modificó su opinión de manera favorable respecto a ella. Felipe Calderón también salió beneficiado, pero en menor medida y generó opiniones favorables (65%), entre los que rectificaron su posición.

CAMBIO DE OPINIÓN POR EL DEBATE

A partir de lo que vio o escuchó del debate, ¿cambió su opinión sobre alguno de los candidatos?



¿Su opinión sobre este candidato cambió a favor o en contra?



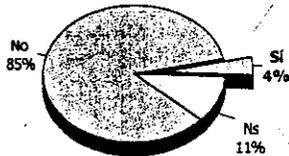
Fuente Paramétrica: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1%/ Del 5 al 8 de Mayo de 2006

Un dato que resulta relevante es que el debate prácticamente no tuvo efecto alguno en lo que toca a preferencias electorales: nueve de cada diez personas (85%) manifestaron que el debate no influyó en su preferencia, sólo 4% de los entrevistados manifestó que sí cambió su intención de voto.

Si tomamos el testimonio de este 4% y analizamos su intención de voto antes y después del debate, se observa que el candidato que incrementó en mayor medida la preferencia electoral fue Felipe Calderón (25 puntos porcentuales). En términos netos, este 25% representaría sólo un punto porcentual ganado por el candidato panista entre las personas que expresaron haber cambiado su preferencia electoral debido al debate. Los demás aspirantes experimentan ganancias o pérdidas menores a un punto porcentual.

SALDO DEL DEBATE

A partir de lo que vio o escuchó del debate, ¿cambió su intención de voto?



Partido y Candidato	¿Por quien iba a votar antes del debate?	Y ¿por quien va a votar ahora?	Saldo efecto debate	Puntos Ganados o Perdidos *
	13%	38%	25%	1%
	41%	21%	-20%	-0.8%
	33%	18%	-15%	-0.6%
	3%	5%	2%	0.08%
	0%	5%	5%	0.2%

Nota:

* Los puntos ganados o perdidos se obtubieron multiplicando el saldo del debate por el porcentaje de personas que declararon haber cambiado su intención de voto luego del debate (4%).

Fuente Parametria: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1%/ Del 5 al 8 de Mayo de 2006

A pesar de que analistas, políticos y medios de comunicación han comentado que el debate modificó la opinión y preferencias del público, en realidad no se aprecia que juegue un papel central en el proceso de decisión del voto entre los electores, al medir la opinión de los ciudadanos.

NOTA METODOLÓGICA. Estudio: Encuestas en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1,000. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error (+/-) 3.1%. Diseño, muestreo y análisis: Parametría SA de CV. Operativo de Campo: Grupo Viesca. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Fecha de levantamiento: del 5 al 8 de mayo del 2006.

NOTA METODOLÓGICA

Tipo de estudio Patrocinador Objetivo de Investigación Fecha de levantamiento Población objetivo Marco muestral Método de selección para las secciones electorales Método de selección para las viviendas Método de selección de unidades de observación (individuos) Método de recolección de datos	Encuestas en vivienda Parametria S.A de C.V Medición de preferencias electorales y temas sociales Serie Nacional 2004: del 28 de febrero al 4 de marzo, del 23 al 25 de mayo y del 20 al 24 de noviembre Serie Nacional 2005: del 25 al 28 de febrero, 10 al 14 de junio, 25 al 29 de agosto y del 19 al 22 de noviembre. Serie Nacional 2006: del 14 al 18 de enero, del 10 al 13 de marzo, del 20 al 23 de abril, del 5 al 8 de mayo Serie ABC 2004: del 17 al 20 de enero, del 19 al 22 de marzo, del 24 al 27 de abril, del 16 al 19 de julio y del 10 al 13 de septiembre. Serie ABC 2005: del 22 al 24 de enero, del 1 al 4 de abril y del 14 al 18 de octubre Mayores de 18 años que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés Secciones electorales reportadas por el IFE Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño (ppt) Sistemático con arranque aleatorio simple Aleatoria simple Aplicación de encuesta persona a persona	Representatividad Tamaño de la muestra Error teórico muestral Nivel de confianza estadística Método de recopilación de las preferencias electorales Método de estimación de los resultados Método de edición Longitud de la entrevista Tasa General de rechazo de la entrevista	Nacional Serie Nacional 2004 y 2005: 960 Serie Nacional 2006: Enero 1200 , Marzo, Abril y Mayo 1000 Serie ABC 2004 y 2005: 1000 Serie Nacional 2004 y 2005: (+/-) 3,5% Serie Nacional 2006: Enero (+/-) 2.8% , Marzo, Abril y Mayo (+/-) 3,1% Serie ABC 2004 y 2005: (+/-) 3,1% .95 % Boleta llenada en secreto por el entrevistado y depositada en una urna portátil Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión. Validación en Excel y clean up en SPSS 20 minutos 41 %
		Personal involucrado en el proyecto:	
		Director de Proyecto José Alberto Vera Diseño de cuestionario José Alberto Vera Diseño de muestra José Alberto Vera Encuestadores 26 Supervisores 8 Canturistas 13 Captura de datos Sara Escobar Gráficas Carolina Echarte	
		Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.	