

GRUPO REFORMA

**REPORTE DE LA ENCUESTA NACIONAL
SOBRE PREFERENCIAS ELECTORALES
PUBLICADA EL 24 DE MAYO DE 2006**

ENCUESTA NACIONAL SOBRE PREFERENCIAS ELECTORALES GRUPO REFORMA – MAYO 2006

REPORTE GENERAL DE LA ENCUESTA PUBLICADA EL 24 DE MAYO DE 2006

En cumplimiento con el Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral, referente a la realización y publicación de encuestas por muestreo, se hace entrega del presente reporte al Secretario Ejecutivo de dicho Instituto dentro de los diez días naturales requeridos por el Acuerdo, en el cual se describen los detalles metodológicos del estudio con base a los criterios establecidos por el IFE.

OBJETIVO

La encuesta se realizó con el fin de medir las intenciones de voto de los electores con miras a las elecciones para Presidente de la República, Diputados Federales y Senadores del 2 de julio, así como de darlas a conocer a través de las publicaciones, tanto impresas como electrónicas, de Grupo Reforma. En las publicaciones impresas están incluidos los periódicos REFORMA, EL NORTE, MURAL, PALABRA y METRO. Las publicaciones electrónicas incluyen las páginas de Internet de Grupo Reforma: www.reforma.com, www.elnorte.com, www.mural.com, y www.palabra.com.

I. PATROCINIO Y REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA

El patrocinio, realización y publicación de la encuesta son responsabilidad de Grupo Reforma.

Persona moral que patrocinó la encuesta:

Consorcio Interamericano de Comunicación S.A. de C.V.

Responsable de la realización de la encuesta

La realización estuvo a cargo del Departamento de Investigación de Grupo Reforma, el cual es responsable del diseño general de la encuesta, la elaboración del cuestionario, el diseño de la muestra, la especificación de los criterios metodológicos, técnicos y logísticos del trabajo de campo, el reclutamiento y capacitación de los encuestadores y supervisores, el piloteo, el procesamiento de datos y el análisis de los resultados.

El personal que participa en el diseño y realización de la encuesta forma parte de los Departamentos de Investigación de REFORMA en la Ciudad de México, EL NORTE en Monterrey,

MURAL en Guadalajara, y PALABRA en Saltillo, con la colaboración del personal de encuestas en El Debate de Los Mochis, en Sinaloa.

El personal del Departamento de Investigación de Grupo Reforma en la Ciudad de México puede ser contactado para comentarios, preguntas, o aclaraciones sobre la encuesta en:

Departamento de Investigación

Responsable de la publicación de la encuesta

Grupo Reforma es responsable de dar a conocer los resultados de sus encuestas y estudios de opinión como parte de su cobertura noticiosa.

Cualquier comentario, pregunta o aclaración sobre la publicación de los resultados y el contenido editorial de dicha publicación pueden dirigirse a:

Dirección Editorial de Investigación y Negocios

II. POBLACIÓN DE ESTUDIO

La población objetivo que se busca estudiar con la encuesta son los mexicanos de 18 años o más que viven en el territorio nacional y que tienen credencial para votar vigente. La muestra utilizada en el estudio está diseñada para reflejar las características de esa población, en términos de su distribución geográfica y sociodemográfica.

Los resultados publicados se basan en las respuestas dadas por los entrevistados y reflejan las opiniones y preferencias manifestadas a través del estudio al momento de la realización de las entrevistas.

En la publicación se reportan las intenciones de voto de los "votantes probables", aquellos entrevistados que, de acuerdo con diversas preguntas incluidas en el cuestionario, son considerados como los más probables de acudir a las urnas a emitir su sufragio, al momento de la encuesta.

III. MÉTODO PARA RECOPIRAR LA INFORMACIÓN

La información se obtiene a través de entrevistas realizadas personalmente (cara a cara) en la vivienda de cada entrevistado y cuyo domicilio es seleccionado en la muestra de forma probabilística. Ninguna de las entrevistas se aplica en la calle ni en negocios o establecimientos, a menos de que éstos últimos coincidan con el domicilio de la persona seleccionada y ésta, a su

vez, acceda a ser entrevistada en ese lugar. Es requisito que la persona entrevistada viva en el domicilio seleccionado.

Para el caso particular de la pregunta sobre intención de voto, se entrega al entrevistado una boleta, con los nombres de los candidatos y los logotipos de los partidos o alianzas que los postulan los cuales están ordenados de la misma manera que en la boleta oficial que utilizará el IFE en las elecciones, incluido el espacio en blanco destinado para candidatos no registrados, pidiendo que se marque en ella el voto y se deposite en una simulación de urna. Dicha boleta lleva también de manera clara y visible el logotipo de Grupo Reforma y una leyenda manifestando que "esta boleta no es oficial". Esta metodología permite mantener la confidencialidad del voto de los encuestados. El resto de las preguntas son hechas de manera verbal al entrevistado y en algunos casos se utilizan tarjetas que lo auxilien en el uso y mejor comprensión de las escalas de respuesta.

IV. MÉTODO DE MUESTREO

Se empleó un muestreo probabilístico con selección en múltiples etapas que incluyen: 1) los puntos de levantamiento, 2) la selección de las viviendas y 3) la selección de las personas entrevistadas.

1. Primera etapa: selección de los puntos de levantamiento.

Como marco muestral se emplea el listado de las secciones electorales definidas por el Instituto Federal Electoral vigentes al 30 marzo de 2006. Se seleccionaron 140 puntos de levantamiento correspondientes al mismo número de secciones electorales en las 32 entidades federativas.

Las 64,638 secciones electorales del IFE incluidas en dicho marco están previamente estratificadas por tipo de localidad bajo los criterios de urbana, mixta y rural. Las secciones fueron ordenadas de mayor a menor en cada estrato de acuerdo con el tamaño de su lista nominal de electores y se eligieron 140 secciones de forma aleatoria sistemática. Cada sección tiene una probabilidad de selección proporcional a su tamaño dentro de cada estrato.

Se llevaron a cabo 15 entrevistas por punto de levantamiento, completándose un total de 2,099 entrevistas efectivas a ciudadanos con credencial de elector vigente. En total se realizaron entrevistas en 123 municipios del país y 6 delegaciones del Distrito Federal.

2. Segunda etapa: selección de las viviendas.

La segunda etapa del muestreo consiste en la selección de la vivienda en donde se aplicó el cuestionario. Esta etapa comenzó una vez que los entrevistadores se desplazaron al punto de levantamiento, definido por las direcciones en las que, dentro de cada sección electoral, se ubican las casillas de votación el día de las elecciones. La selección de las viviendas se hace de manera aleatoria sistemática de acuerdo con un intervalo que depende del número de viviendas por manzana y de las características del vecindario o localidad en zonas urbanas o caseríos dispersos y rancherías en zonas rurales.

A partir de la dirección de la casilla, cada entrevistador hace un recorrido en forma de espiral, empezando por el punto noroeste de la manzana respectiva, y procede a seleccionar cada vivienda en forma sistemática. Tal recorrido se hace en el mismo sentido de las manecillas de reloj, primero en la manzana elegida y posteriormente en las manzanas aledañas.

En caso de que las viviendas estuviesen en edificios de departamentos o condominios verticales, cada edificio se tomó como una manzana y se empleó un intervalo de selección también al interior de cada uno. Las zonas industriales y comerciales no son incluidas en el recorrido de los entrevistadores. En las zonas rurales el recorrido se realizó en forma de espiral u oscilatoria, dependiendo de las características de la localidad, en todo caso aplicando, también un intervalo de selección.

2. Tercera etapa: selección de las personas entrevistadas.

Una vez que un domicilio es seleccionado para aplicar una entrevista, el encuestador selecciona a la persona asegurándose de que en cada punto de levantamiento cumpla con una distribución por sexo y edad previamente definida de acuerdo con los datos del padrón electoral proporcionados por el Instituto Federal Electoral. La selección por cuotas se emplea en la totalidad de los puntos de levantamiento.

En cada vivienda se entrevistó a uno y sólo un adulto. Es requisito del estudio que la persona entrevistada resida en el hogar seleccionado.

En caso de que la vivienda fuera inaccesible o que la persona seleccionada en la muestra declinara la entrevista, la suspendiera o que no pudiera ser contactada, el encuestador sustituyó el hogar en el que no se realizó la entrevista con otro, seleccionándolo de forma aleatoria. Cada entrevistador llevó el registró correspondiente para calcular la tasa de respuesta, de cooperación, y de rechazo del estudio.

V. TAMAÑO DE LA MUESTRA, FRASEO EXACTO DE LAS PREGUNTAS, FRECUENCIA DE NO RESPUESTAS, NIVEL DE CONFIANZA, MARGEN DE ERROR ESTADÍSTICO Y TASA DE RECHAZO GENERAL

El tamaño total de la muestra es de 2,099 entrevistas a mexicanos que tienen credencial para votar vigente. Este número está definido en función del margen de error teórico deseado para obtener una inferencia confiable de los resultados a nivel nacional, en este caso el margen de error teórico es de ± 2.1 por ciento con un nivel de confianza de 95 por ciento.

El margen de error teórico de la pregunta electoral es de ± 2.3 por ciento, calculado con base en los 1,764 entrevistados que declararon preferencia por alguno de los candidatos.

A continuación se listan las preguntas publicadas con su fraseo exacto y con las distribuciones de respuesta que obtuvieron (en porcentaje):

Si hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por quién votaría usted?*

VOTANTES PROBABLES (% efectivo)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May-3	May-24
Felipe Calderón/ PAN	30	31	31	38	40	39
Andrés Manuel López Obrador/ APBT	39	38	41	35	33	35
Roberto Madrazo/ AM	28	29	25	23	22	22
Patricia Mercado/ ASDC	2	1	1	2.6	3.7	2.3
Roberto Campa/ NA	1	1	1	0.6	0.7	1.2
No registrados	--	--	1	1.2	0.6	0.7

*Se utilizó una boleta en la que aparecen los nombres de los candidatos y los logotipos de los partidos, así como el espacio en blanco para candidatos no registrados.

No se considera un 16 por ciento de entrevistados que no declaró preferencia.

Si hoy fueran las elecciones para Diputados Federales, ¿por cuál partido votaría usted?*

(% efectivo de votantes probables)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May-3	May 24
PAN	32	32	34	40	39	39
PRD-Convergencia-PT	32	32	35	29	30	29
PRI-PVEM	31	32	28	27	26	27
Nueva Alianza	3	2	2	1.7	2.2	2.7
Alternativa SDC	2	2	1	2.5	2.9	2.2

*Se utilizó una boleta en la que aparecen los logotipos de los partidos.

No se considera un 17 por ciento de entrevistados que no declaró preferencia.

Si hoy fueran las elecciones para Senador del Estado, ¿por quién votaría usted?*

(% efectivo de votantes probables)

	May-24
PAN	38
PRI-PVEM	29
PRD-Convergencia-PT	28
Nueva Alianza	2.9
Alternativa SDC	2.1

*Se utilizó una boleta en la que aparecen los logotipos de los partidos y los nombres de los candidatos registrados en la fórmulas de cada estado, por lo cual se utilizaron 32 boletas distintas.

No se considera un 16 por ciento de entrevistados que no declaró preferencia.

La tasa de rechazo de la encuesta fue de 32 por ciento; la tasa de cooperación de 68 por ciento. Esta tasa incluye a las personas elegibles en la muestra que fueron seleccionadas y contactadas pero que declinaron participar en la encuesta o suspendieron la entrevista.

La tasa de rechazo de la encuesta, del 32 por ciento, fue calculada con base en los criterios establecido por la Asociación Americana de Investigación de la Opinión Pública (AAPOR). (Ver el

documento "*Standard Definitions: final dispositions of case codes and outcome rates for surveys*" en www.aapor.org). La tasa de rechazo la constituyen los siguientes elementos: Entrevistas efectivas (E), Rechazos de personas elegibles (R), Suspensiones (S).

Los cálculos se basan en: $Tasa\ de\ rechazo = (R) / (E + R + S)$.

VI. FECHAS EN QUE SE LLEVÓ A CABO EL LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Las entrevistas se realizaron del 19 al 21 de mayo de 2006. En el levantamiento participaron 107 encuestadores, 21 supervisores y 3 coordinadores de campo del Departamento de Investigación de Grupo Reforma. Antes del levantamiento se capacitó a los encuestadores y a los supervisores con la finalidad de estandarizar las metodologías de selección del entrevistado y la aplicación del cuestionario.

VII. ESTIMACIONES DE RESULTADOS

Los resultados de la encuesta se basan en las respuestas de los 1,764 entrevistados con credencial para votar que declararon preferencia electoral.

Dichas respuestas fueron ponderadas por la probabilidad de voto de cada entrevistado derivada de filtros de votantes probables, los cuales toman en consideración el nivel de interés en las campañas y la probabilidad subjetiva de ir a votar el día de la elección.

El margen error teórico para la estimación de votantes probables es de +/-2.3 por ciento, con un nivel de confianza del 95 por ciento.

VIII. VERIFICABILIDAD DE LA INFORMACIÓN

Toda la información relativa al estudio sobre preferencias electorales del 24 de mayo de 2006 está disponible para verificación en las instalaciones de Grupo Reforma, incluidos el diseño y las características de la muestra, los cuestionarios completados durante el trabajo de campo con sus respectivas boletas de simulación de voto, los reportes de supervisión, los registros de rechazos y no respuesta, y los archivos electrónicos de documentación y datos de la encuesta.

ANEXO. PUBLICACIÓN DE RESULTADOS
(Ver archivo anexo correspondiente a la publicación
en primera plana y en interiores del diario Reforma del 24 de mayo)

Demanda Trife a consejeros solucionar conflictos

Regañan al IFE

Ordena magistrado al PAN y al PRI modificar anuncios contra López Obrador

Claudia Salazar

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) demandó al IFE actuar de inmediato para remediar anomalías que pueden afectar los comicios.

El regaño al IFE se incluyó en la sentencia en la que el tribunal ordenó al PAN abstenerse de difundir tres spots en las que califica a Andrés Manuel López Obrador como "un peligro para México".

"Sin embargo, esos spots ya no están al aire, aunque el PAN usa la leyenda en otros pronunciamientos."

El 23 de abril, el Consejo General del IFE anuló dichas pronunciamientos, y juzgó que no violaban el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe).

Ayer el tribunal dio la razón a la Coalición por el Bien de Todos, la cual presentó un reclamo.

En su sentencia, el magistrado Alejandro Luna Ramos argumentó



Magistrado Alejandro Luna Ramos se encargó del dictamen.

ASÍ LO DIJO

El Consejo del IFE cuenta con facultades para implementar un procedimiento abreviado (...), en el que se cumplan las formalidades del proceso electoral que requieren de una solución preventiva y correctiva, pronta y eficaz."

Resolución del Tribunal Electoral

que el IFE cuenta con las facultades suficientes para implantar un procedimiento abreviado cuando surja la queja de un partido o una coalición.

El fallo señala que todos los mensajes en los que se coloca a López Obrador como un peligro para el País son regañivos y señalan acciones del pasado que no tienen que ver con futuros programas o planteamientos propuestos por la coalición.

"Las expresiones contenidas en los mensajes no son aptas ni idóneas para fomentar el voto razonado de los electores, ni conllevan a una mejor comprensión de las propuestas

de los candidatos contendientes o a la valoración de sus propuestas para solucionar los problemas nacionales", indica el resolutorio.

Los magistrados también ordenaron al PRI omitir la frase "inventir un hábito para ti" del spot donde Roberto Madrazo rebatía a debate a López Obrador, el cual tan poco está al aire.

PIEN INFORMACIÓN SERIA

En el debate, los magistrados consideraron que es desproporcionado recusar a López Obrador de ser un mentiroso recurrente por un posible

cambio de opinión o postura. El presidente del tribunal, Leonel Castillo, expresó que spots sin información seria y real están afectando a la ciudadanía y mirando los deseos de participación.

"Si unos y otros se endemonizan, ¿quién quiere participar en el inferno de los ciudadanos?", cuestionó el magistrado.

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación argumentó que los spots incumplían el artículo 38 del Cofipe, que obliga a los partidos a "abstenerse de cualquier expresión que implique difamación, calumnia, injuria, injuria, difamación o que denigre" a ciudadanos, partidos o instituciones.

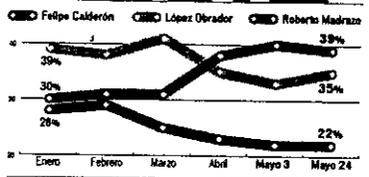
Tras conocer la resolución, el PAN anunció que interpondría un recurso de inconformidad ante la Suprema Corte de Justicia.

Sin embargo, el representante del PAN ante el IFE, Gerrión Martínez, aseguró que su partido no recurriría a la Suprema Corte y aclaró la determinación del TEPJF para no transmitir esos spots, pero anunció que pedirá al Instituto que retire los anuncios del PRD en las que califica al candidato del PAN de "mentiroso" y lo liga a la aprobación del Fobaproa.

Gierran brecha punteros

Si hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por quién votaría usted? Votantes probables (conteste a través)

FELEPE CALDERÓN PAN 39%
LÓPEZ OBRADOR Alianza por el Bien de Todos 35%



NO REGISTRADOS 0.8% el 3 de mayo y 0.7% el 24 de mayo.
MÉTODOS: Encuesta realizada en un momento del día el 9 al 21 de mayo 2006 en 18 ciudades con un margen de error de ± 2.5%. Representación: Quota Relativa. No se consideró un 1% que no se declaró su preferencia. No suma 100% por redondeo.

Preocupa violencia juvenil

Pactan la paz entre escuelas

Mirtha Hernández

Padres de familia, estudiantes, maestros y directivos de colegios privados de la Ciudad de México firmaron ayer un pacto de no violencia entre jóvenes.

Convocados por la Fundación Convivencia sin Violencia, los padres se comprometieron a estar pendientes de sus hijos y educarlos en un ambiente de valores y respeto.

Los jóvenes prometieron recuperar sus valores y convivir con cordialidad y tolerancia, mientras que las autoridades escolares realizaron programas preventivos contra la violencia y establecerán sanciones a miembros de la comunidad escolar que cometan agresiones.

El encuentro tuvo lugar en el Club de Empresarios de Bosques de las Lomas, y estuvieron presentes miembros de los colegios Monte Verde, Peterson, Rosalita, Vista Hermosa, Tomás Moya, American School, Fundación Cuadras, Regis, Rosaura, la Universidad Anahuac, el Colegio Godwin, la Comunidad Alexander Baur, entre otros.

La Fundación Convivencia sin Violencia, que desde hace un año promueve entre los jóvenes relaciones respetuosas y formación de valores, nació por iniciativa de Joaquín Quintana, luego de que su hijo fue herido de gravedad al salir de una fiesta de graduación, hace dos años.

Su labor es acercar a estudiantes y padres de familia cifras y testimonios de la violencia entre los jóvenes, así como los abusos y excesos cometidos en estado de ebriedad.

En México, unos 15 mil jóvenes mueren cada año a causa de accidentes y eventos relacionados con la violencia y el alcohol, de acuerdo con el Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes.

Además, en el Distrito Federal se calcula que unos 11 mil jóvenes de entre 12 y 17 años de edad requieren tratamiento porque abusan del alcohol, tabaco y drogas, según el Instituto Nacional de Psiquiatría.

"Antes, los jóvenes no tomaban tanta mescolanza de drogas. Ellos frenaban las peores, pero ahora, en el trabajo en la fundación, hemos visto que ellas también participan de las agresiones", dijo Quintana.

El encuentro tuvo lugar en el Club de Empresarios de Bosques de las Lomas, y estuvieron presentes miembros de los colegios Monte Verde, Peterson, Rosalita, Vista Hermosa, Tomás Moya, American School, Fundación Cuadras, Regis, Rosaura, la Universidad Anahuac, el Colegio Godwin, la Comunidad Alexander Baur, entre otros.

La Fundación Convivencia sin Violencia, que desde hace un año promueve entre los jóvenes relaciones respetuosas y formación de valores, nació por iniciativa de Joaquín Quintana, luego de que su hijo fue herido de gravedad al salir de una fiesta de graduación, hace dos años.

Su labor es acercar a estudiantes y padres de familia cifras y testimonios de la violencia entre los jóvenes, así como los abusos y excesos cometidos en estado de ebriedad.

En México, unos 15 mil jóvenes mueren cada año a causa de accidentes y eventos relacionados con la violencia y el alcohol, de acuerdo con el Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes.

Además, en el Distrito Federal se calcula que unos 11 mil jóvenes de entre 12 y 17 años de edad requieren tratamiento porque abusan del alcohol, tabaco y drogas, según el Instituto Nacional de Psiquiatría.

"Antes, los jóvenes no tomaban tanta mescolanza de drogas. Ellos frenaban las peores, pero ahora, en el trabajo en la fundación, hemos visto que ellas también participan de las agresiones", dijo Quintana.



SE RINDE CANNES ANTE 'ABEL'

CANNES. La cinta de Alejandro González Inárritu (dex.) fue ovacionada ayer por la crítica, y se perfila para llevarse la Palma de Oro del Festival. En declaraciones a la prensa, Gael García Bernal, protagonista de "Babel", señaló que la Pelota mexicana es muy violenta, y consideró una vergüenza que México presida la Comisión de los Derechos Humanos en la ONU.

OPINIÓN Y B

Ofrecen millones por número 6666666

D OHA. El privilegio de tener el número de teléfono móvil 6666666 alcanzó en Qatar la suma de 10 millones de riyales (27 millones de dólares), informó ayer la prensa local.

El número, que es considerado "trazo" porque está compuesto por la misma cifra, fue subastado por la compañía telefónica Q-Tel entre ocho personas que se mostraron interesadas en adquirirlo.

Se trata de la primera vez que un número de teléfono celular es puesto a la venta y alcanza una cifra millonaria.

Hasta el momento, la identidad del comprador no ha sido dada a conocer, pero su número será difícil de olvidar.

El monto de la venta será entregado a la organización médica Humal para financiar un proyecto de servicios sanitarios dirigido a los habitantes de las regiones menos favorecidas de Qatar, de acuerdo con la agencia de prensa oficial QNA.

AFP

CANGCHA

El hombre gol será siempre recordado por "todos aquellos que quieren y aman el fútbol".

PÁGINAS 2 A 4



Reunión MTV a los candidatos. Para llegar a los electores jóvenes, los presentables se quieren la palabra y hablan por el canal de videos de la función del músico. PÁGINA 2

CULTURA. La ópera según Kiri Te Kanawa. Para la soprano neozelandesa, la música es una realidad, y la ópera es un arte que crece en talento y en audiencia. PÁGINA 8

reforma.com. Ponen candidatura al Dr. Simón. A partir del 2010, las candidaturas sí mismas deberán cumplir los mismos requisitos de calidad que las del marzo pasado. PÁGINA 10

reforma.com. Mantente alerta ante el hampa. ¿Crees que estás a punto de ser señalado y no sabes qué hacer? expertos en seguridad te dan tips. gráfico animado. reforma.com video

Encuesta REFORMA: Elecciones 2006

INTERÉS EN EL DEBATE

53%
MUCHO/ALGO

45%
POCO/NADA

QUIÉN CREE QUE GANÉ EL DEBATE

27%
FELIPE CALDERÓN

22%
LÓPEZ OBRADOR

14%
ROBERTO MADRAZO

HAN CAMBIADO DE PREFERENCIA

19%
SI

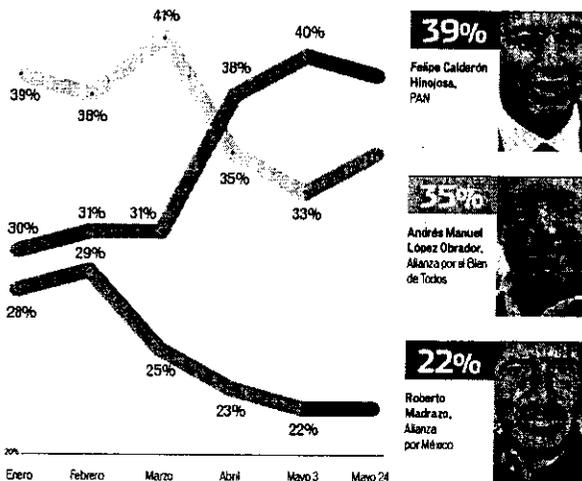
77%
NO

Pelean por votos volátiles

Alejandro Moreno y Roberto Gutiérrez

> Si hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por quién votaría?

(Votantes probables)



LA CONTIENDA

De acuerdo con la más reciente encuesta nacional de Grupo Reforma, realizada del 19 al 21 de mayo, el panista Felipe Calderón cuenta con el 39 por ciento de las preferencias de los votantes probables, mientras que López Obrador, candidato de la Alianza por el Bien de Todos, obtiene el 22 por ciento. El priista Roberto Madrazo cuenta con el 22 por ciento de las intenciones de voto, mientras que Patricia Mercado (de Alternativa) y Roberto Campa (de Nueva Alianza), obtienen el 2.3 y 1.2 por ciento, respectivamente. El margen de error de la encuesta es de +/-2.3 por ciento.

De esta manera, el estudio avanza un escenario muy competido entre los aspirantes del PAN y del PRD con miras al debate televisado el próximo 6 de junio. Según este, el 53 por ciento del electorado manifiesta tener mucho o algo de interés en el debate, y las percepciones se encuentran divididas acerca de quién podría ganar dicho evento: el 27 por ciento cree que podría ser Calderón, mientras que el 22 por ciento se inclina por López Obrador.

VOTOS VOLÁTILES
Las tendencias en las intenciones de voto para Presidente se han caracterizado en estas campañas por su volatilidad. El apoyo de Calderón ha variado hasta 10 puntos, entre su nivel mínimo registrado en enero (30 por ciento), y el más alto, registrado a principios de mayo (40 por ciento). En los casos de López Obrador y Madrazo, la variación entre sus niveles mínimos y máximos de apoyo ha sido de 8 y 7 puntos, respectivamente. Según la más reciente encuesta de Grupo Reforma, una quinta parte de los electores manifiesta que ha cambiado su preferencia de un candidato a otro a lo largo de las campañas.

Por otra parte, el 71 por ciento de las entrevistadas afirma que ya decidió su voto definitivamente, pero el 23 por ciento confiesa que todavía podría cambiarlo. Según los resultados de la encuesta, el apoyo de López Obrador es el más sensible a posibles cambios, mientras que Madrazo es el candidato que más depende del voto duro de su partido.

El estudio arroja que, del 35 por ciento que prefiere a López Obrador hoy en día, 16 puntos provienen del voto duro perredista, mientras que 19 puntos los atrae del segmento de electores independientes y de otros partidos. Respecto a Calderón, del 39 por ciento que le da su apoyo, 22 por ciento proviene del voto duro panista y 17 por ciento es un apoyo potencialmente volátil, ya que proviene del electorado independiente y una proporción modesta de seguidores de partidos comunistas al PAN. Finalmente, del 22 por ciento de apoyo a Roberto Madrazo, 17 puntos representan el voto duro priista, mientras que el voto volátil solamente es de 5 puntos.

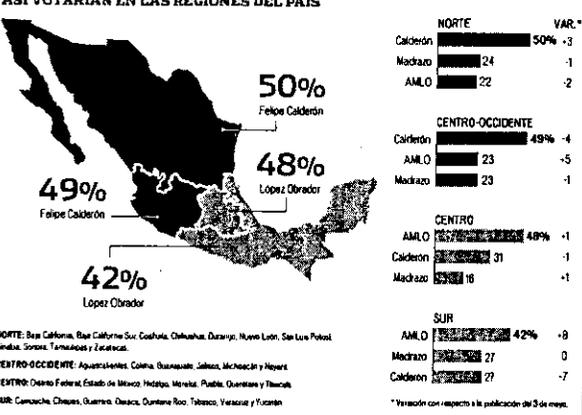
Las esfuerzos de los candidatos en las últimas semanas se parecen a focar a la conquista del electorado independiente, ese que no se identifica con ninguno de los partidos políticos, y que representa un 38 por ciento en la más reciente encuesta.

Al momento de levantar el estudio, los independientes se encontraban divididos en un 40 por ciento por Calderón, el mismo porcentaje por López Obrador y solamente 12 por ciento por Madrazo. Al parecer, la ventaja de 6 puntos que el panista había sacado entre ese segmento, después del debate al que no acudió el ex jefe de Gobierno del DF, ha quedado diluida con miras al segundo encuentro.

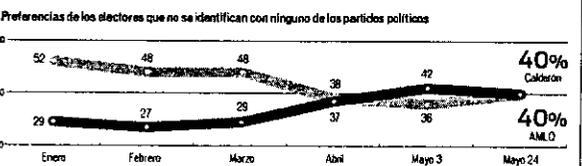
El 47 por ciento de los independientes dice tener mucho o algo de interés en el debate del 6 de junio, una proporción ligeramente inferior que el 53 por ciento expresado por el electorado total.



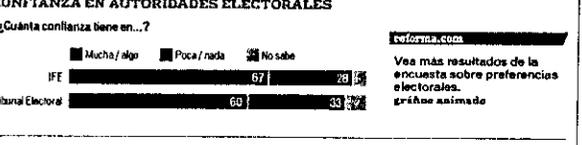
ASÍ VOTARÍA EN LAS REGIONES DEL PAÍS



EL VOTO DE LOS INDEPENDIENTES



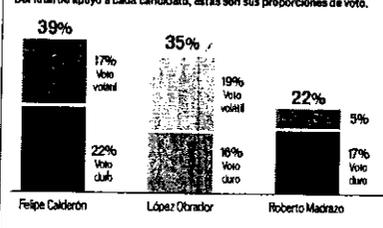
CONFIANZA EN AUTORIDADES ELECTORALES



METODOLOGÍA Encuesta nacional en vivienda realizada del 19 al 21 de mayo de 2006. ±2 por ciento. Se realizaron 40 entrevistas por cada candidato. La encuesta fue realizada en hogares equipados con línea telefónica y acceso a televisión de cable. El cuestionario se realizó en el idioma español y en el idioma náhuatl. La encuesta se realizó en el idioma español y en el idioma náhuatl. La encuesta se realizó en el idioma español y en el idioma náhuatl. La encuesta se realizó en el idioma español y en el idioma náhuatl.

EL VOTO VOLÁTIL

Del total de apoyo a cada candidato, estas son sus proporciones de voto.



CAMPAÑAS

> ¿Quién ha hecho una mejor campaña?

	MAR	ABR	MAY 3	MAY 24
Felipe Calderón	9%	22%	27%	29%
Andrés Manuel López Obrador	22	25	23	23
Roberto Madrazo	41	16	16	13
Patricia Mercado	1	1	2	2
Roberto Campa	0	1	0	1

> ¿Quién ha sido el más agresivo?

	MAR	ABR	MAY 3	MAY 24
López Obrador	35%	35%	35%	56%
Roberto Madrazo	28	28	28	13
Felipe Calderón	14	14	14	11

ENVÍOS NEGATIVOS

> ¿Qué es lo que más ha hecho en su campaña?

	PROPUESTAS DE GOBIERNO	CRITICAR A LOS OTROS CANDIDATOS
Felipe Calderón	36%	43%
López Obrador	28	50
Roberto Madrazo	23	57

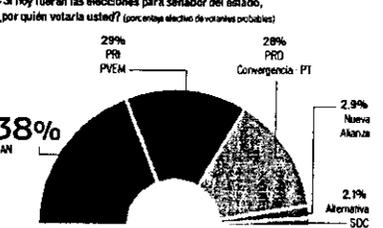
VOTO PARA DIPUTADOS FEDERALES

> Si hoy fueran las elecciones para diputados federales, ¿por cuál partido votaría?

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY 3	MAY 24
PAN	32%	32%	34%	40%	39%	39%
PRD Convergencia PT	32	32	35	29	30	28
PRD-PVEM	31	32	28	27	26	27
Nueva Alianza	3	2	2	1.7	2.2	2.7
Alternativa SOC	2	2	1	2.5	2.9	2.2

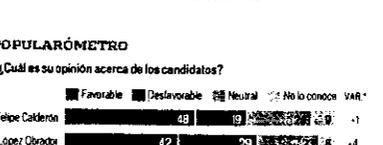
VOTO PARA SENADORES

> Si hoy fueran las elecciones para senador del estado, ¿por quién votaría usted?



POPULARÓMETRO

> ¿Cuál es su opinión acerca de los candidatos?



La reacción es en el porcentaje de quienes favorecen con respecto a la evaluación del 3 de mayo.