

López Obrador se afianza como puntero en la recta final

A menos de dos semanas de la elección presidencial Andrés Manuel López Obrador ha logrado consolidar una ventaja de cuatro puntos sobre su más cercano competidor Felipe Calderón. Roberto Madrazo no ha conseguido elevar la intención de voto en su favor y de los partidos que buscan obtener su registro, sólo Alternativa Socialdemócrata y Campesina parece contar con el apoyo del electorado para alcanzar el 2% de la votación nacional.

Las preferencias electorales se han modificado constantemente en el último mes y medio conforme los eventos registrados en la contienda y la magnitud de su impacto entre los ciudadanos. Y es que las campañas tienen un peso importante entre votantes, ya que informan sobre propuestas y candidatos, por lo que la intención de voto por los aspirantes a la Presidencia se modifica sorpresivamente en cuestión de días.

Debido a esta constante variación en las preferencias, es necesario considerar la restricción que pesa sobre las casas encuestadoras, producto de una norma del Código Federal de Procedimientos e Instituciones Electorales (COFIPE). El COFIPE prohíbe publicar o difundir resultados de encuestas durante los ocho días previos a la elección. Lo cual obliga a levantar su última medición y a obtener su mejor dato publicable aproximadamente 15 días antes del 2 de julio.

Por tanto, a menos de dos semanas de la contienda electoral, las estrategias de los partidos y candidatos podrían generar acontecimientos que modifiquen la opinión de los ciudadanos, sin que su efecto sea revelado por la publicación de encuestas. Pueden aparecer más spots sobre escándalos o respuestas eficientes de los equipos de campaña, incidentes que podrían ser medidos por estudios de opinión pero no publicados, lo cual podría generar que los últimos datos publicados (15 días antes) sean distintos al resultado de la elección.






En la última medición de la Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría (ENVP) previa a las elecciones presidenciales realizada en la segunda quincena de junio, López Obrador de la Alianza por el Bien de Todos acumula el 36.5% de las preferencias electorales. En segundo sitio se encuentra Calderón del Partido Acción Nacional (PAN) con el 32.5% de la intención de voto y en tercer lugar está Roberto Madrazo de la Alianza por México con 27%.

Alternativa Socialdemócrata y Campesina parece estar cerca de alcanzar su registro, pues cuenta con el 3% de la intención de voto. En cambio, faltando menos de quince días Nueva Alianza no tiene asegurado su pase, porque suma un 1% de las preferencias electorales.

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

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

(...) Opción	Intención de voto
 FELIPE CALDERÓN HINOJOSA	27%
 ROBERTO MADRAZO PINTADO	22%
 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	30%
 PATRICIA MERCADO	2%
 ROBERTO CAMPA	1%
Ns/Nc	17%
Total	100%

(...) Opción	Intención de voto
 FELIPE CALDERÓN HINOJOSA	32.5%
 ROBERTO MADRAZO PINTADO	27%
 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	36.5%
 PATRICIA MERCADO	3%
 ROBERTO CAMPA	1%
TOTAL	100%

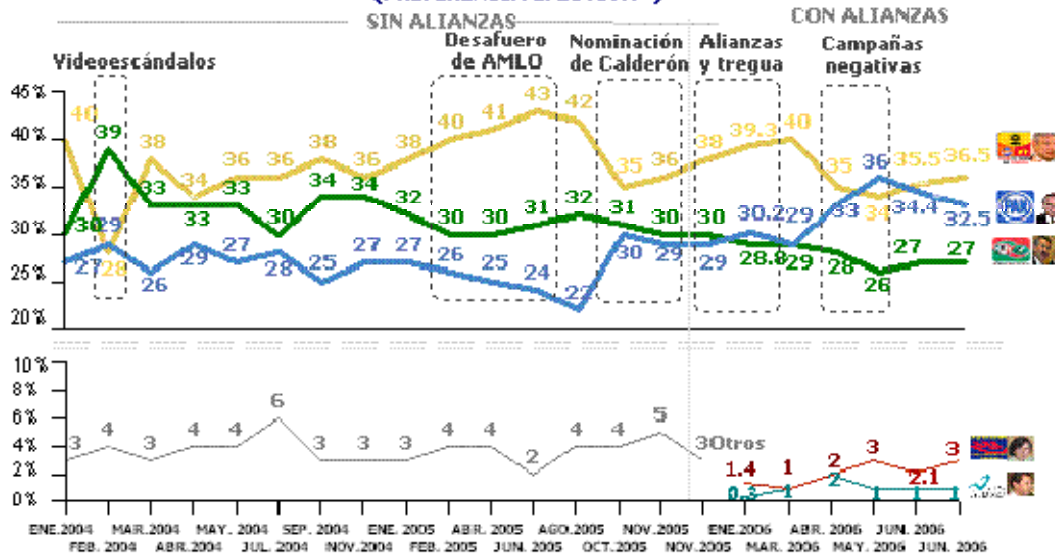
* Reasigna el porcentaje de la "No respuesta".

Fuente Paramétrica: Encuesta Nacional/ 1000 casos/ Error (+/-) 3.1% / Del 15 al 18 de Junio de 2006

INTENCIÓN DE VOTO POR PARTIDO Y CANDIDATO

Si hoy fuera la elección para elegir al Presidente de la República,
¿por cuál **partido o candidato** votaría usted?

**POBLACIÓN GENERAL
(PREFERENCIA EFECTIVA*)**

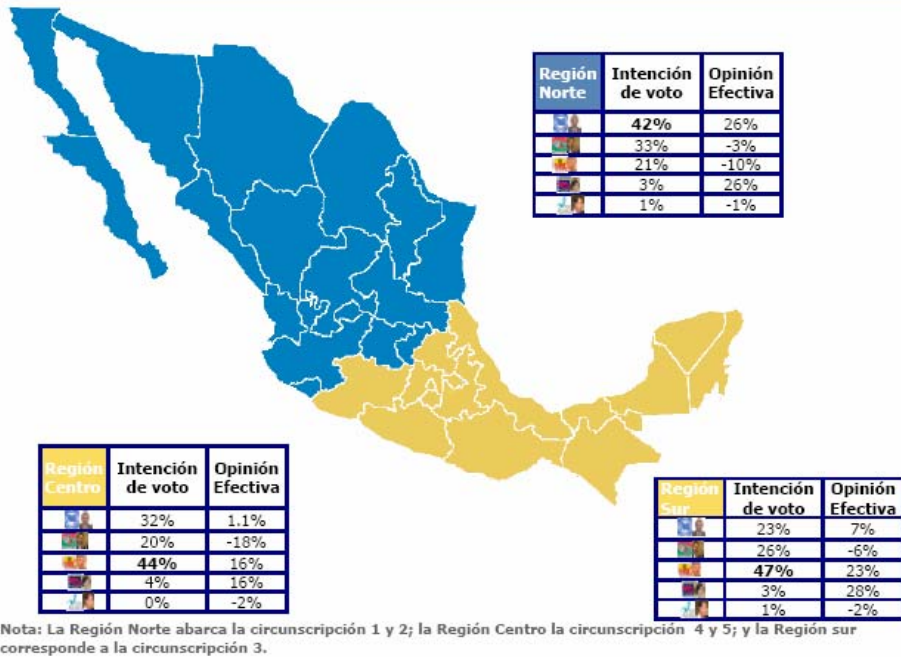


* Reasigna el porcentaje de la "No respuesta".

Fuente Paramétrica: Encuesta Nacional en vivienda

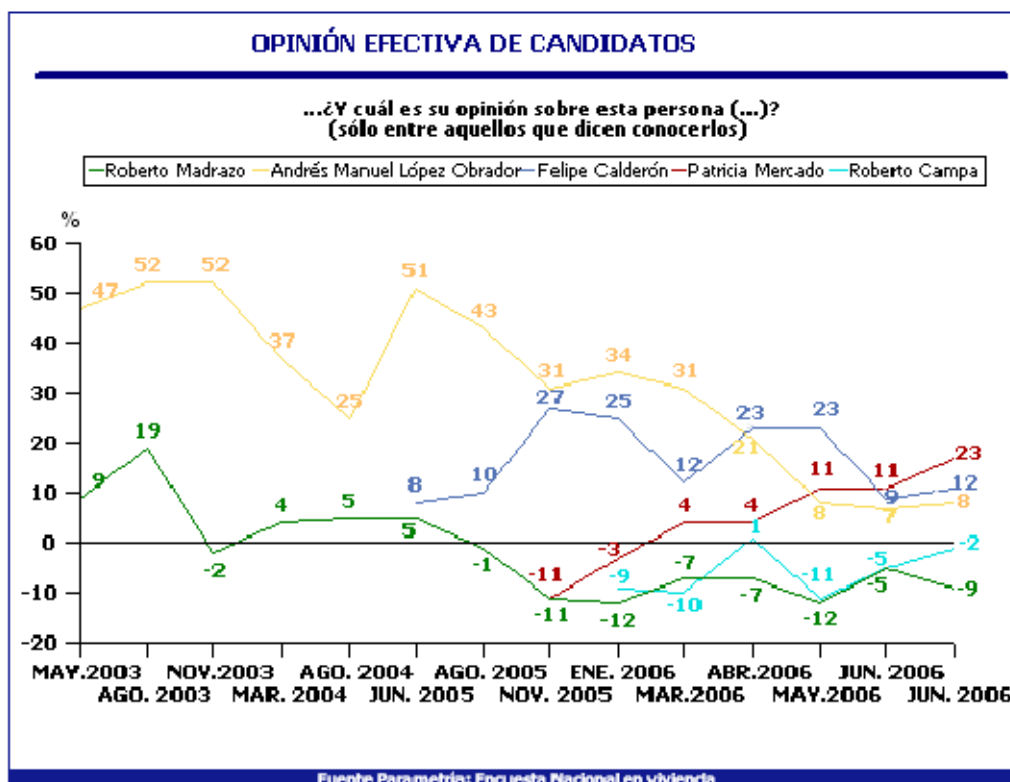
Si hacemos un análisis por región, se observa que el PAN es el partido que tiene el primer lugar en intención de voto en el norte del país. En el centro y sur de México el PRD es el organismo que cuenta con el apoyo electoral.

PREFERENCIA ELECTORAL EFECTIVA POR REGIÓN



En términos de opinión efectiva a nivel nacional, Patricia Mercado tiene 23%, seguida de Felipe Calderón (12%) y de AMLO (8%). Roberto Campa incrementó su nivel de opinión pero permanece en números negativos (-2%) y Roberto Madrazo tiene -9%. Asimismo, los candidatos con la mejor opinión en la zona norte son Felipe Calderón y Patricia Mercado. En el centro y sur del país AMLO y Patricia Mercado son quienes presentan los mejores registros de popularidad.

Ante este escenario y la posibilidad de que ocurran eventos relevantes en las campañas electorales, que no serán conocidos públicamente, vale la pena mencionar que las encuestas de salida tendrán mucho que decir el día de la elección. Los exit polls miden opiniones desde una visión retrospectiva, es decir, evalúan las preferencias pasadas de los electores, a diferencia de las mediciones preelectorales.



La aprobación del Presidente baja y arrastra a Calderón

Los niveles de aprobación del Presidente Vicente Fox están cayendo. Los altos porcentajes de acuerdo que obtuvo el Ejecutivo durante abril y mayo, al parecer, fueron consecuencia de la estrategia de comunicación que desplegó su gobierno para promocionar la obra pública. Esta baja parece estar relacionada directamente con el margen de la intención de voto por el aspirante presidencial panista Felipe Calderón.

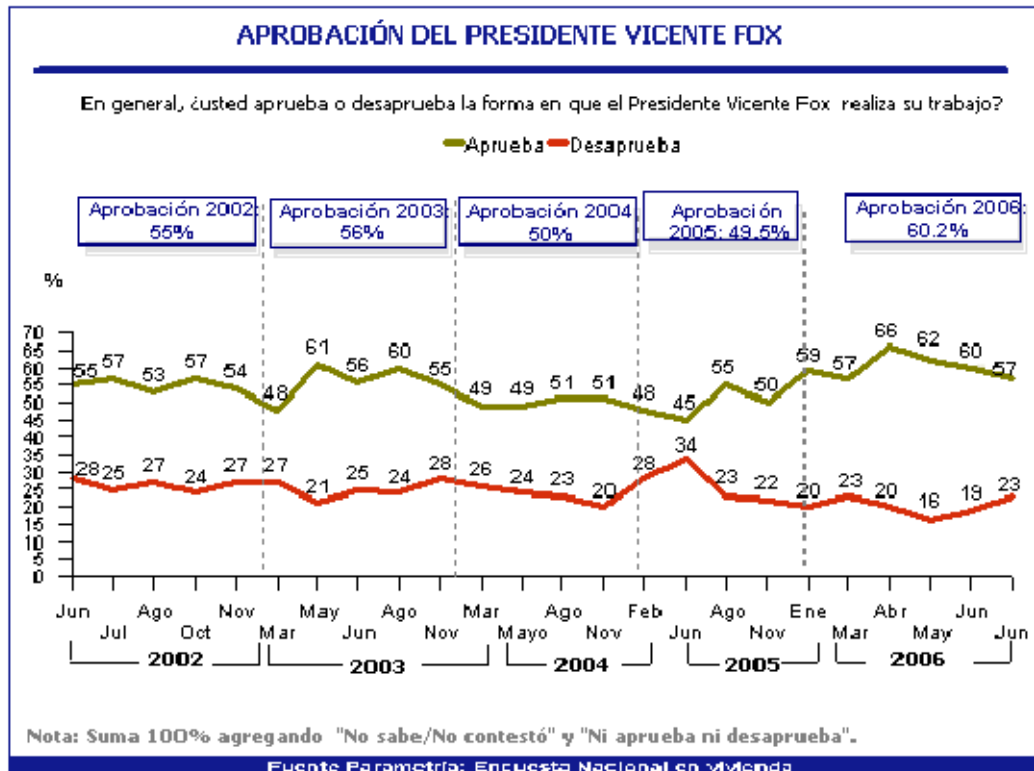
La Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría (ENVP) muestra que la aprobación presidencial tiene impacto directo en la preferencia electoral por el candidato Calderón. La aprobación por el Ejecutivo, junto con la intención de voto por el panista presentaron entre mayo y abril una burbuja, que actualmente disminuye.

Parametría realizó un segundo estudio electoral en junio, en el que se aprecia que Vicente Fox cayó nueve puntos porcentuales en sus niveles de aprobación entre abril (66%) y junio (57%). Lo que resalta es que esta caída coincide con el descenso de casi cuatro puntos porcentuales que presentó el candidato panista en la preferencia electoral entre mayo (36%) y junio (32.5%) del presente año.

La disminución en ambas variables –aprobación presidencial e intención de voto por Calderón– es probable que se deba a que a finales del mes de mayo se prohibió al gobierno federal y otras autoridades continuar con la promoción de su obra pública. En este escenario restrictivo el equipo de Felipe Calderón no ha sido capaz de compensar el mensaje favorable que transmitía la administración foxista con sus promocionales en beneficio del aspirante panista.

El tema, que puede resultar preocupante para Calderón, es que desde el 23 de mayo, el candidato del PAN no tiene una propuesta sólida de política social que compita con la obra pública realizada por Andrés Manuel López Obrador en la ciudad de México.

A menos de dos semanas de que termine la contienda por la Presidencia todo es posible. Las preferencias pueden modificarse debido a lo intenso de las campañas. En este corto periodo los equipos de los candidatos tratarán de aprovechar hasta el último minuto. Habrá mensajes favorables y negativos sobre los candidatos, pero lo más probable es que en el mar de comunicaciones los efectos se nulifiquen en esta última etapa. Lo que es un hecho, es que a Felipe Calderón le hace falta un mensaje claro sobre política social que enfrente la política pública de López Obrador.



NOTA METODOLÓGICA

Tipo de estudio	Encuestas en vivienda	Representatividad	Nacional
Patrocinador	Parametría S.A de C.V	Tamaño de la muestra	Serie Nacional 2004 y 2005: 960 Serie Nacional 2006: Enero 1200 , Marzo, Abril, Mayo y Junio 1000
Objetivo de Investigación	Medición de preferencias electorales y temas sociales	Error teórico muestral	Serie ABC 2004 y 2005: 1000 Serie Nacional 2004 y 2005: (+/-) 3.5% Serie Nacional 2006: Enero (+/-) 2.8% , Marzo, Abril, Mayo y Junio (+/-) 3.1% Serie ABC 2004 y 2005: (+/-) 3.1%
Fecha de levantamiento	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, del 1 al 4 de junio, del 15 al 18 de junio 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	Nivel de confianza estadística	95 %
Población objetivo	Mayores de 18 años que al momento de la entrevista residían en el lugar de interés	Método de recopilación de las preferencias electorales	Boleta llenada en secreto por el entrevistado y depositada en una urna portátil
Marco muestral	Secciones electorales reportadas por el IFE	Método de estimación de los resultados	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Método de selección para las secciones electorales	Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño (ppk)	Método de edición	Validación en Excel y clean up en SPSS
Método de selección para las viviendas	Sistemático con arranque aleatorio simple	Longitud de la entrevista	20 minutos
Método de selección de unidades de observación	Aleatorio simple	Tasa General de rechazo de la entrevista	49 %
Método de recolección de datos	Aplicación de encuesta persona a persona	Personal involucrado en el proyecto:	
		Director de Proyecto	Jose Alberto Vera
		Diseño de cuestionario	Jose Alberto Vera
		Diseño de muestra	Jose Alberto Vera
		Encuestadores	31
		Supervisores	8
		Capturistas	13
		Captura de datos	Sarah Escobar
		Gráficas	Carolina Echste
		Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.	

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 15 al 18 de junio del 2006.

Artículo publicado en el periódico *Excelsior*, 20 de Junio de 2006.