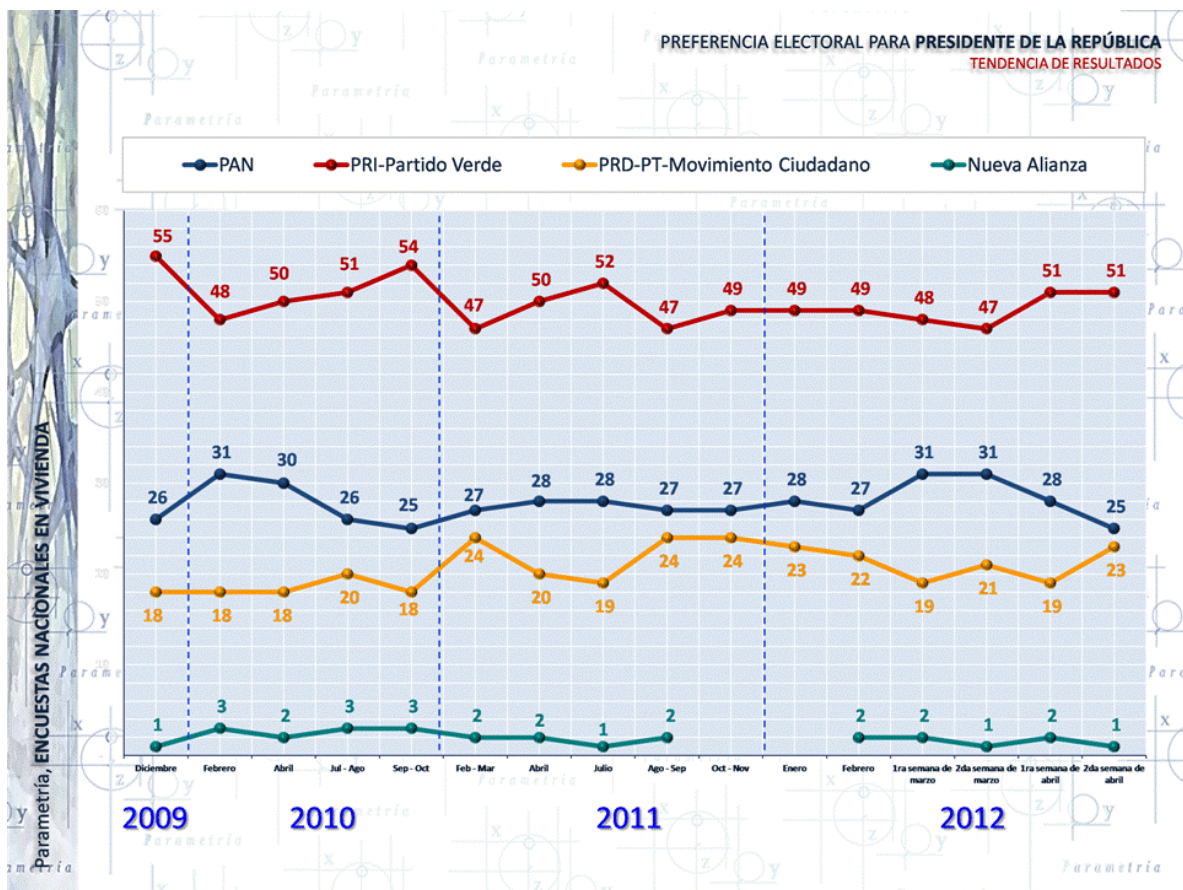
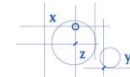


## Pierde levadura el PAN

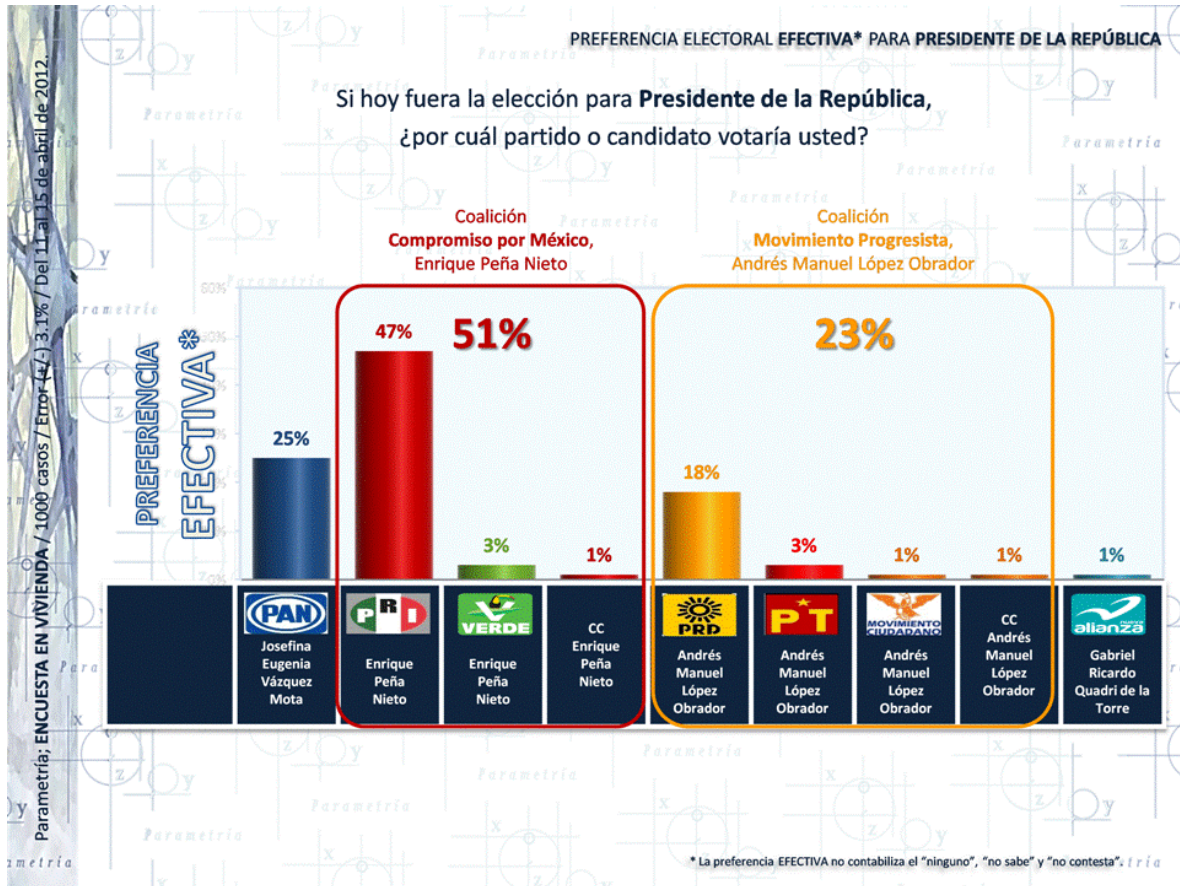
La más reciente Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría muestra modificaciones en la preferencia electoral para Presidente de la República, en las que se aprecia que se acorta la diferencia entre el segundo y tercer lugar (PAN con Josefina Vázquez Mota y coalición PRD, PT, Movimiento Ciudadano con Andrés Manuel López Obrador, respectivamente), mientras que el primer lugar (con Enrique Peña Nieto como abanderado de la alianza PRI-PVEM), se mantiene en 51%.

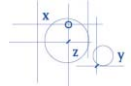
La preferencia por la coalición de las izquierdas creció 4 puntos, de 19% a 23%; mientras que el PAN bajó 3 puntos, al pasar de 28% a 25%. También bajó la preferencia por Gabriel Quadri, candidato presidencial de Nueva Alianza quien se ubicó en 1%.





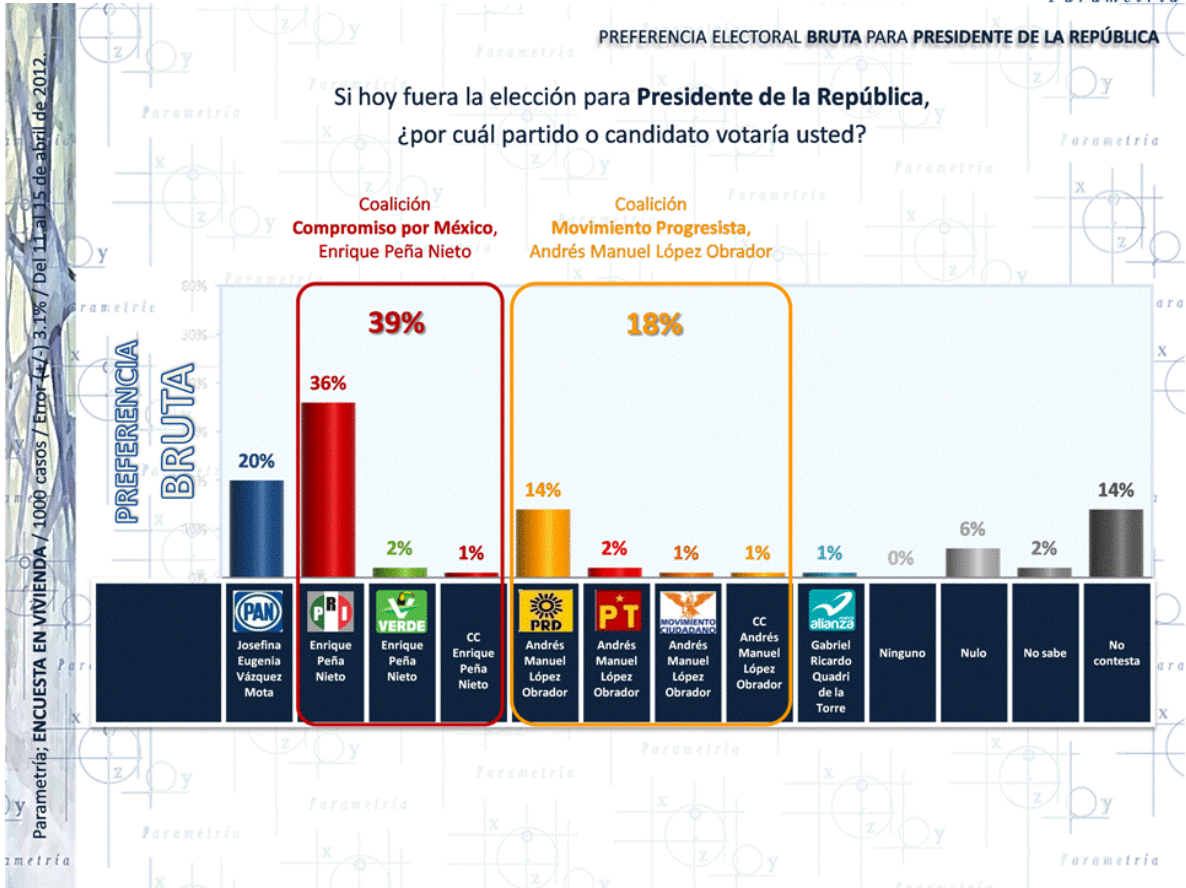
Es interesante notar que los votos obtenidos por la Coalición Compromiso por México, 47% provienen del PRI y 4% del Partido Verde o de quienes votaron por ambas opciones en la boleta. En el caso de la Coalición Movimiento Progresista, el voto se compone de la siguiente forma: 18% del PRD, 3% del PT, 1% de Movimiento Ciudadano y 1% de quienes eligieron alguna combinación de los partidos de izquierda.





PREFERENCIA ELECTORAL BRUTA PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

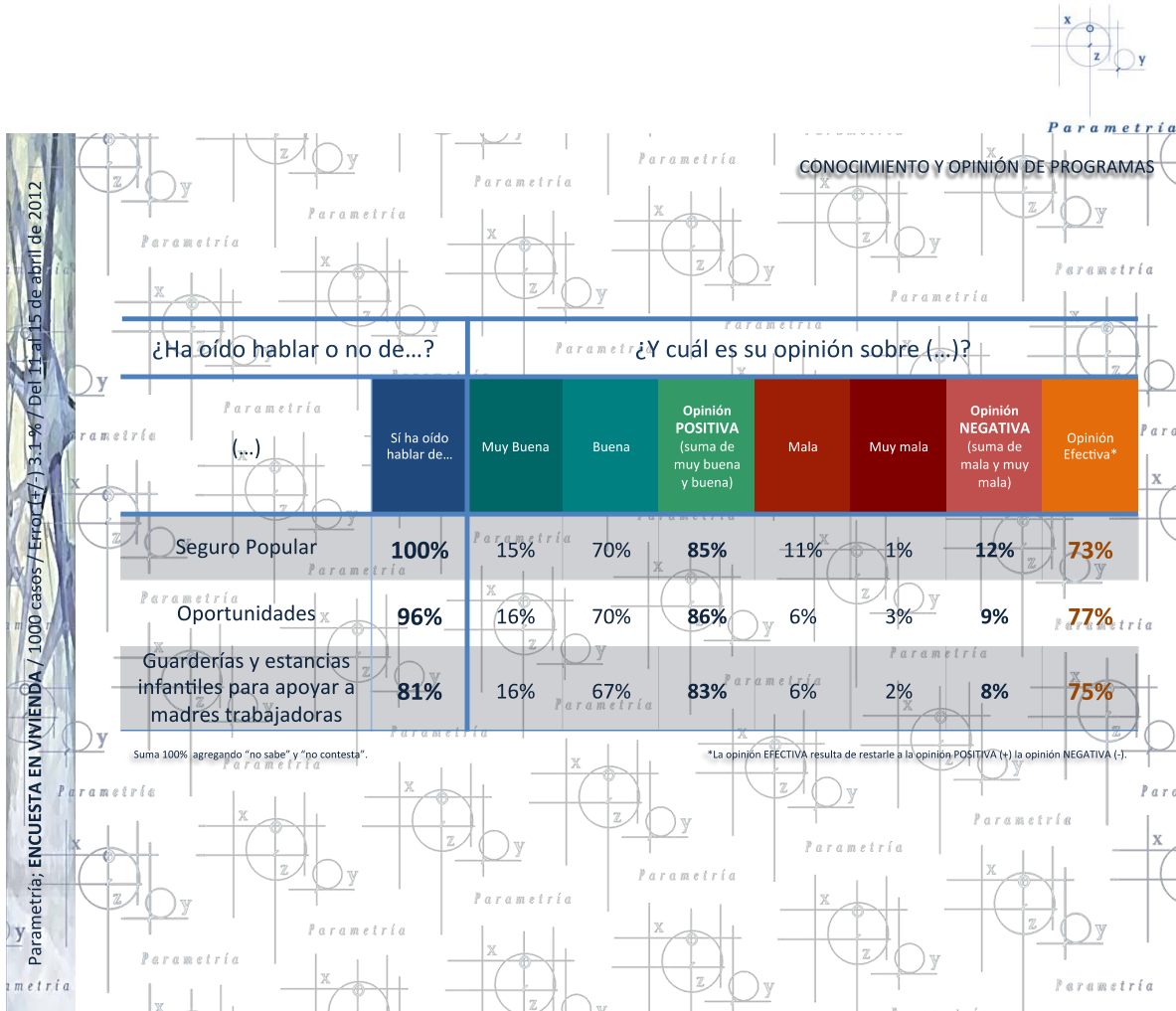
Si hoy fuera la elección para Presidente de la República, ¿por cuál partido o candidato votaría usted?



La encuesta también preguntó a los ciudadanos por prácticas de compra y coacción del voto, así como del uso de los programas sociales en tiempos electorales, prácticas que pueden influir en el sentido del voto ciudadano.

En cuanto a programas sociales se observa que es el Seguro Popular el más conocido, con 100%, le sigue Oportunidades con 96% y en tercer lugar Guarderías y estancias infantiles con 81%.

Estos programas gozan de altos niveles de opinión efectiva, todos arriba del 70%, siendo Oportunidades el que tiene mejor imagen entre los ciudadanos.

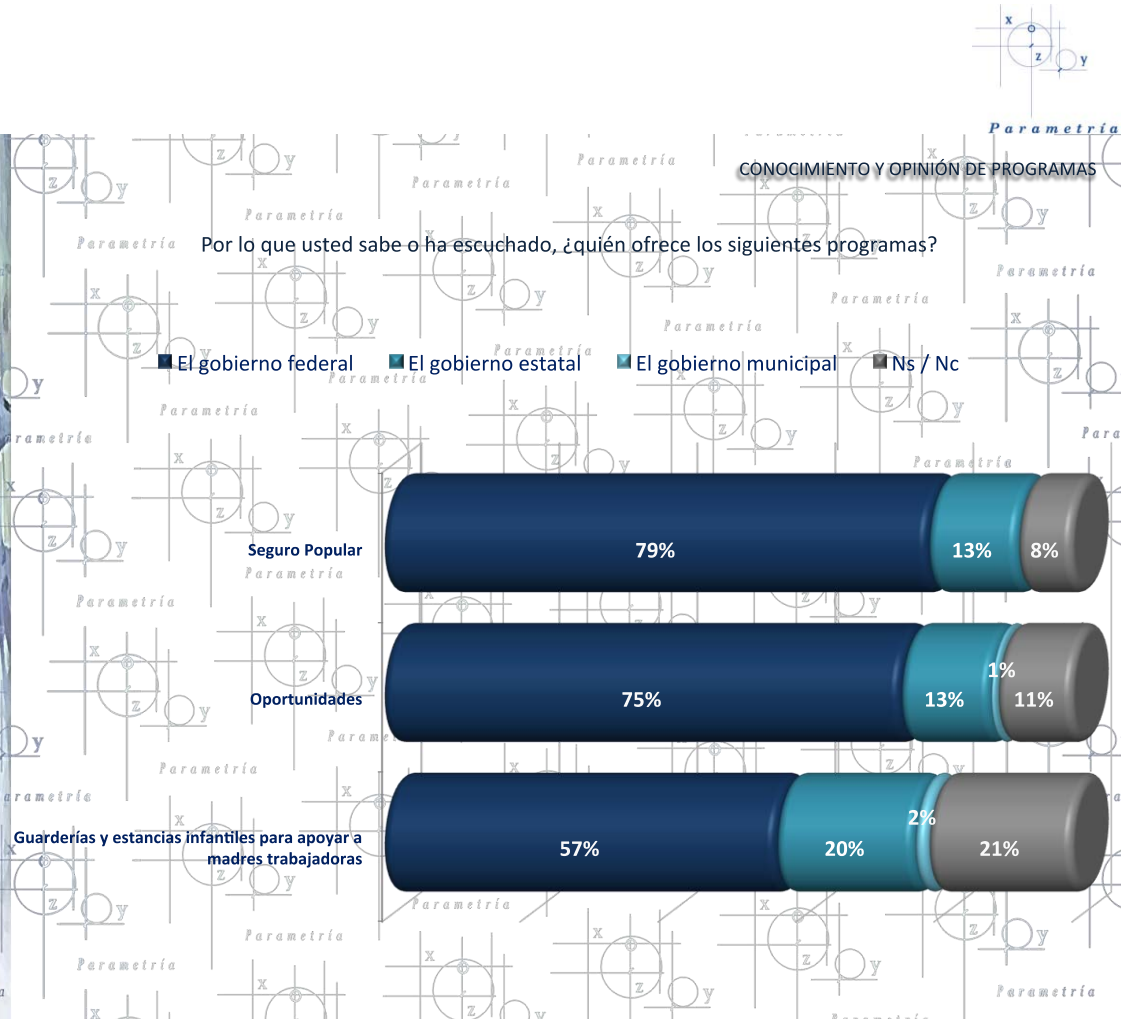


Los programas considerados en el estudio son brindados y operados todos por el gobierno federal, que por ley no puede hacer promoción de sus logros ni de sus programas sociales desde el 30 de marzo.

A pesar de la prohibición, se observa que en general los ciudadanos ubican al gobierno federal, de extracción panista, como el responsable de los programas sociales mencionados.

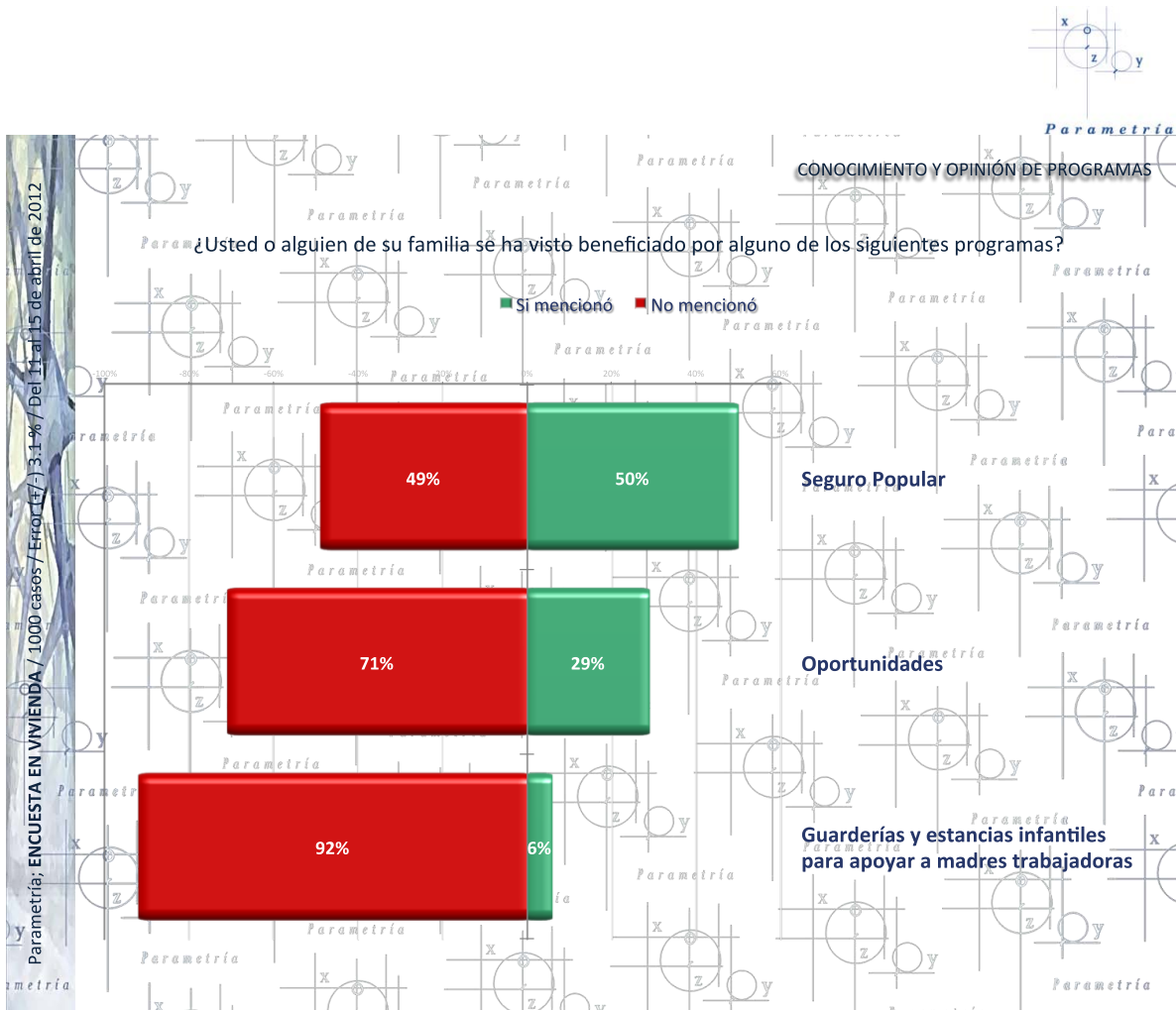
En el caso del Seguro Popular y de Oportunidades, ocho de cada diez ciudadanos saben que son programas de carácter federal, mientras que para las estancias infantiles el porcentaje baja a 57%, siendo el programa que más se adjudica a los gobiernos estatales.

Parametría; ENCUESTA EN VIVIENDA / 1000 casos / Error (E) / 3.1% / Del 11 al 15 de abril de 2012



Ademas de ser favorablemente evaluados y reconocidos, los programas sociales tienen una importante cobertura.

El Seguro Popular es el programa del que 50% de los entrevistados se ha beneficiado (personalmente o alguien de su familia). Le sigue Oportunidades, del que menos de un tercio se ha beneficiado y por último el de estancias infantiles, del que únicamente 6% ha visto provecho.

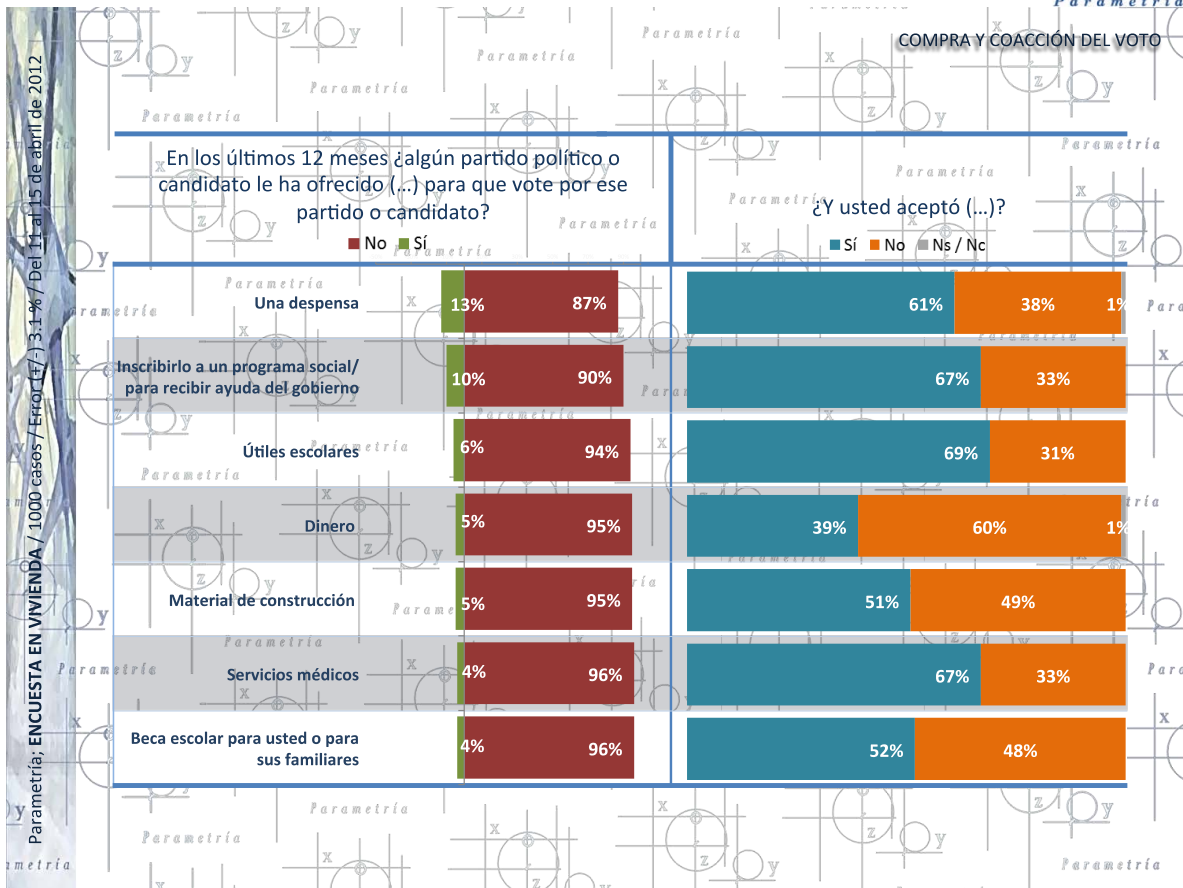


Además del uso de programas sociales para influir en el voto, los partidos políticos, candidatos y estrategias recurren a prácticas como la compra del voto, a través de ofertas, prebendas, acarreo y amenazas.

El estudio de Parametría y El Sol de México preguntó a los ciudadanos si en el último año habían sido sujetos de algunas de estas prácticas.

Uno de cada diez mexicanos (13%) dijo que algún candidato o partido político le había ofrecido una despensa para que votara por determinada opción. El porcentaje es similar a la oferta de inscripción en un programa social o para recibir ayuda del gobierno. Los números bajan para otras ofertas como útiles escolares, dinero, materiales de construcción o servicios médicos, sin que ninguna obtuviera menos del 4%.

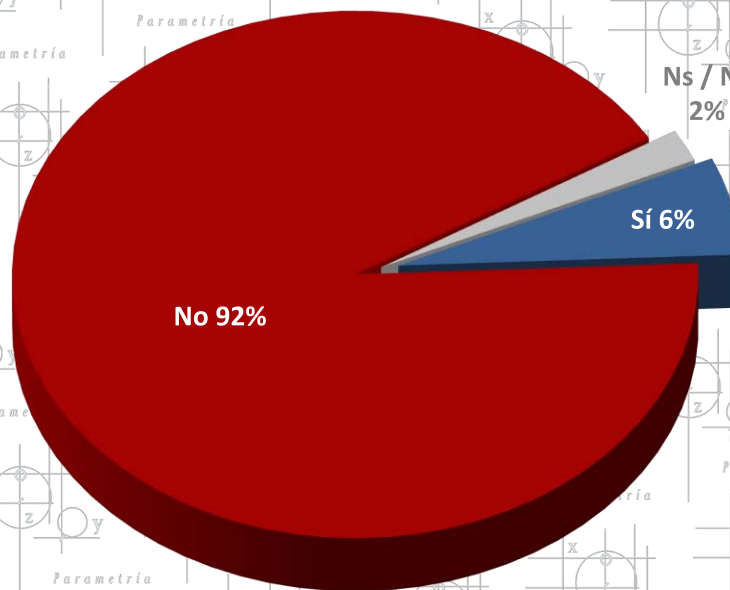
Se observa que en todos los casos, salvo en el de la oferta de dinero, fueron más de la mitad los ciudadanos que aceptaron la oferta.



La recolección de datos de las credenciales electorales, fenómeno recurrente en el pasado, no ha sido, en lo que va de las campañas, recurrente, de acuerdo con los resultados. Apenas 6% de los entrevistados declara que alguien de un partido le ha solicitado datos o copia de la credencial del IFE.

COMPRA Y COACCIÓN DEL VOTO

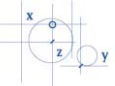
En los últimos 12 meses,  
¿alguien de un partido político le ha pedido los datos o una copia de su credencial de elector?



Resulta interesante que aunque la mayoría acepta las ofertas de los partidos, los ciudadanos están, casi en su totalidad, conscientes de las prácticas que representan delitos electorales.

El acarreo el día de la elección es la práctica que menos ciudadanos consideran delito, con 16% que no lo ve así.



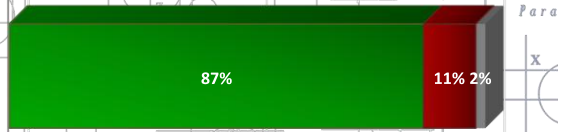


COMPRA Y COACCIÓN DEL VOTO

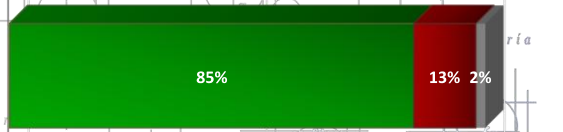
Por lo que usted sabe o ha escuchado,  
¿cuáles de los siguientes comportamientos son un delito electoral?

Sí  No  No contesta

Recoger credenciales de elector

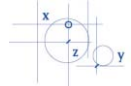


Ofrecer dinero o recompensas a cambio del voto



Transportar ciudadanos el día de la elección y pedirles  
que voten por un partido o candidato



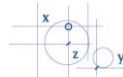


Parametría  
NOTA METODOLÓGICA

<b>Tipo de estudio</b>	<b>Encuesta en Vivienda</b>
<b>Objetivo de investigación</b>	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos
<b>Fecha de levantamiento</b>	<b>Del 11 al 15 de abril 2012</b>
<b>Población objetivo</b>	Mayores de 18 años con credencial para votar que al momento de la entrevista residen en el lugar de interés
<b>Marco muestral</b>	Secciones electorales reportadas por el IFE
<b>Método de selección de las secciones electorales</b>	Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño
<b>Método de selección de viviendas</b>	Sistemático con arranque aleatorio simple

<b>Método de selección de unidades de observación</b>	<b>Aleatoria simple</b>	
<b>Método de recolección de datos</b>	Aplicación de encuesta persona a persona	
<b>Método de recolección de las preferencias electorales</b>	Boleta llenada en secreto y depositada en una urna portátil	
<b>Método de estimación de los resultados</b>	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.	
<b>Método de edición</b>	Validación en Excel y clean up en SPSS	
<b>Tasa de rechazo de la entrevista</b>	<b>49 %</b>	
<b>Representatividad</b>	<b>Número de casos</b>	<b>Error teórico muestral asociado al 95% de confianza estadística</b>
<b>Nacional</b>	<b>1,000</b>	<b>(+/-) 3.1%</b>

Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.



Parametría

Nota metodológica

Persona moral que patrocinó la encuesta	Organización Editorial Mexicana, SA de CV. Guillermo Prieto 7, Colonia San Rafael, México, DF. Delegación Cuauhtémoc. Teléfono: 52 (55) 55 46 95 13. Correo electrónico: <a href="mailto:oemlinea@oem.com.mx">oemlinea@oem.com.mx</a>
Persona moral que realizó la encuesta	Parametría SA de CV. Benjamín Hill 185, Colonia Condesa, México, DF. Teléfono 52 (55) 26 14 00 89. Correo electrónico: <a href="mailto:parametria@parametria.com.mx">parametria@parametria.com.mx</a>
Persona moral que solicitó y ordenó la publicación de la encuesta	Organización Editorial Mexicana, SA de CV. Guillermo Prieto 7, Colonia San Rafael, México, DF. Delegación Cuauhtémoc. Teléfono: 52 (55) 55 46 95 13. Correo electrónico: <a href="mailto:oemlinea@oem.com.mx">oemlinea@oem.com.mx</a>
Medio de publicación original	<a href="http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n2507092.htm">http://www.oem.com.mx/elsoldemexico/notas/n2507092.htm</a>

Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos

#### FUENTE:

**PARAMETRÍA.** Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1000 encuestas del 11 al 15 de abril del 2012. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error: (+/-) 3.1%. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Población objetivo: Mayores de 18 años con credencial para votar que al momento de la entrevista reside en el lugar de interés.