

Coalición Popular se devalúa conforme avanza la campaña, según un sondeo

MADRID.—Coalición Popular es la oferta política que más se ha devaluado en el plazo de una semana de campaña electoral, según un sondeo de intencionalidad de voto realizado en un universo de 4.480 individuos por el Equipo de Investigación y Marketing, S. A., *Perfiles*.

En esta última encuesta, realizada entre los días 2 y 3 del presente mes, la proporción de votantes que han mostrado su intencionalidad de voto en favor de Coalición Popular ha descendido al 19,7 por 100, frente al 23,1 por 100 que arrojaba otra muestra realizada los días 26 y 27 de mayo con idénticos criterios por la misma empresa.

Con menor variación sobre otras dos muestras realizadas con anterioridad por la misma empresa, la otra formación que pierde intencionalidad de voto es el CDS. La preferencia por el partido que lidera *Adolfo Suárez* ha disminuido concretamente tres décimas desde finales del pasado mes de mayo y en la actualidad se sitúa en un 2,5 por 100.

En cuanto al PSOE, tras un fuerte descenso desde el primer sondeo realizado del 19 al 20 de mayo al segundo realizado del 26 al 27 del mismo mes (se pasó del 42 por 100 al 40,2 por 100), se ha experimentado en los primeros días de junio una ligera recuperación, que les ha situado como tendencia favorable de voto para el 40,3 por 100 del electorado.

Mientras ERC se ha mantenido en los tres sondeos con una intencionalidad de voto de 0,4 por 100, el resto de las ofertas electorales van ganando aceptabilidad entre el electorado conforme se desarrolla la campaña electoral.

El PRD ha aumentado en el último sondeo hasta un índice de intencionalidad de voto del 12,9 por 100, la coalición IU hasta el 6,0, CiU hasta el 4,9, el PNV hasta el 2,2, HB hasta el 0,8 y EE hasta el 0,6.