

# PONENCIAS MESA 1

.....

Manuel Barberena

PEARSON PARA PRI

**M**e permito hacer algunas reflexiones con respecto al proceso que vivimos todos nosotros en los últimos meses.

Es ya la segunda vez que la autoridad máxima del gobierno en México acepta el triunfo del candidato opositor, basándose en resultados de ejercicios probabilísticos. La primera de estas fue en 1997, reconociendo que había ganado Cárdenas en la ciudad de México y, obviamente, la segunda fue esta última elección presidencial.

No parece que haya vuelta de hoja en esto y que en México pasará lo mismo que en otros países del mundo, donde se confían encuestas de salida y conteos rápidos para determinar el ganador de una elección aún antes que se recopilen los datos de todos los votos. Esto, aunque no le guste a algunos miembros del PRI, el que el Presidente salga diciendo que ganó uno u otro, gracias a los estudios.

Los pronósticos de las encuestas se quedaron cortos contra algunos resultados finales, como el triunfo o el amplio triunfo de Fox y que el PAN vencería en la Cámara de Diputados o la victoria por tan pocos puntos de López Obrador en el DF.

Ahora empiezan a manejarse varias hipótesis. Algunos hablan del efecto Nicaragua que supone que la gente ocultó sus preferencias a los encuestadores bajo una espiral de silencio. Otras hipótesis aseguran que los indecisos pesaron más que nunca y definieron, finalmente, la elección. Una tercera hipótesis asegura que existe un voto fluctuante que pasó del PRI al PRD en 1994 y que en la elección de 2000 pasó al PAN. Por último, algunos analistas aseguran que el voto duro del PRI suponía que ganaría su candidato y dejó de participar. Todas estas aseveraciones son simplemente ideas.

En cualquier caso es previsible que se hagan ataques a las encuestas por haber fallado y para eso estamos nosotros aquí. Pienso que este tipo de foros son valiosísimos para estudiar qué fue lo que pudo haber sucedido y cómo hacer mejor las cosas.

Habrá que evitar en el futuro usos malsanos de encuestas como, por ejemplo, suponer que el ganador de una elección sea el que tenga el liderazgo en más encuestas a lo largo de la campaña. Es decir, esas famosas publicaciones en las cuales se aseguraba que un candidato llevaba la delantera sólo porque más encuestas le daban el triunfo.

Otro error que se cometió con bastante frecuencia fue el calcular promedios de diferentes encuestas como si ésta se hubiese levantado con la misma metodología.

Un tema fundamental en el análisis de las diferentes encuestas es el del trato que se le dio a los llamados indecisos o personas que no contestaron. Creo que este es un tema en el que se deberá profundizar.

Si como algunas encuestas lo mostraban, la imagen de Labastida era mejor que la de Fox (tanto Reforma como Pearson publicaron algo al respecto basán-

dose en diferentes variables). Convendría repensar los atributos de las escalas que se están midiendo, quizá no sea necesariamente negativo calificar a alguien como terco o inflexible.

Bueno, por último ¿cuál es el balance? Yo creo que el balance todavía se está midiendo, aunque el hecho de que las encuestas se utilicen cada vez más para conocer las preferencias electorales ya es positivo.

Pasemos ahora a comentar acerca de la metodología utilizada por Pearson durante el pasado proceso electoral.

En el caso de Pearson, empezamos a participar desde el proceso preelectoral del PRI, en el cual, nuestras predicciones de los resultados de la elección primaria fueron de los más acertados. Una vez iniciada la carrera presidencial, en enero de 2000, se nos invitó a seguir participando en el proceso, trabajando para el Comité de campaña del Lic. Labastida. Es importante mencionar que desde que empezamos a trabajar para el PRI, ya se nos criticaba por ese simple hecho. En varios foros comenté que yo no estaba de acuerdo con los comentarios de varios periodistas que descalificaban nuestras encuestas por el simple hecho de ser financiadas por el PRI, sin tomar en cuenta la larga trayectoria de la empresa.

En nuestro caso, fuimos muy transparentes durante todo el proceso. La metodología aplicada en todas y cada una de las encuestas levantadas por Pearson fueron entregadas al IFE en los tiempos establecidos por la ley electoral. Asimismo, fuimos más que transparentes en la relación profesional que se tuvo con la agencia norteamericana Greenberg.

Es decir, Greenberg fue contratada por el PRI no solamente para estudios de opinión pública. Greenberg participó en muchísimas otras tareas, como fueron publicidad, asesoría en los debates, discurso político, etc.

Esta relación con Greenberg fue muy estrecha en términos metodológicos. Las decisiones de muestra, cuestionario, etc. se hacían por mutuo acuerdo, aunque Greenberg llevaría la batuta por ser la empresa que integraba toda la información.

Los cuestionarios eran bastante sólidos, metodológicamente hablando. Eran cuestionarios de aproximadamente 25-30 minutos que incluían una serie de variables. Varias de las preguntas que se incluían en el cuestionario no eran publicadas ya que eran para uso interno, en términos de lo que ya platicábamos, discurso, publicidad, etc. Obviamente, la pregunta de intención del voto siempre se incluía.

Los filtros eran los siguientes (esta información se encuentra en el documento ya presentado): personas con credencial de elector del estado que se estaba evaluando.

Se les aplicaba una escala para conocer la probabilidad de que el entrevistado fuese a votar. La escala era

la siguiente: era una escala de uno a 10, en la cual el 10 era segurísimo voy a votar o participar en la elección del 2 de julio y uno, seguramente no voy a votar. Y tomábamos para el análisis solamente a la gente de siete a 10, así como a aquellas que votaron en las elecciones federales de 1994 o que aún no tenían edad para votar en aquella época.

Es decir, aquí había todo un mito de que Pearson quitaba a los jóvenes. Esta aseveración era falsa, la gente que no tenía la edad en 1994 pasaba automáticamente el filtro y era considerada para todo el análisis

La unidad de muestreo que se utilizó en todos los levantamientos fue la sección electoral. Se definía una manzana semilla y usábamos la típica ruta de dar la vuelta a la manzana, hacíamos un salto sistemático de tres casas. Era una muestra por cuotas y siempre se buscaba a la persona para cubrir las cuotas.

Se tocaba la primera vivienda, si no se encontraba a la persona con las características que estábamos buscando íbamos a la siguiente vivienda y suplíamos a la persona con otra de las mismas características.

Se utilizaba la última versión del Listado Nominal del IFE disponible al público. El diseño muestral era el siguiente: del marco muestral se obtenían siete estratos. Esto se estudiaba desde antes junto con Greenberg.

Dividíamos al país en diferentes regiones: Pacífico, Norte, Golfo, Sureste, Sur, Centro y Metropolitano. En cada uno de estos estratos se dividía por tipo de secciones que había: urbana, mixta, rural.

Las muestras eran aproximadamente de mil 600 a mil 800.

A cada estrato, es decir, urbano, mixto, rural, se le asignaba una cantidad de entrevistas proporcional al número de electores que existían en el Listado Nominal.

La totalidad de las secciones electorales se organizaban con respecto a su número de electores de cada estrato y, posteriormente, se hacía una selección sistemática de sección totalmente aleatorio. Se obtenía un número de secciones necesario para cubrir las encuestas y se levantaban aproximadamente ocho a 10 entrevistas en cada sección.

Esto nos daba entre 180 a 200 secciones electorales que levantábamos en cada estudio.

Este método se utilizó en todas las encuestas que realizamos a partir de enero.

Después de realizar el proceso aleatorio se generaba una muestra en 30 entidades federativas (por razones de tiempo casi siempre quedaba fuera BCS). Una vez que la muestra estaba lista, aproximadamente el 79 por ciento de los casos quedaba en secciones urbanas y/o mixtas y el resto de los casos totalmente rurales.

Hay que recordar que sólo se tenían cuatro días para levantar el campo y a pesar de esta limitante, puedo afir-

mar que se hizo un excelente trabajo de campo. Teníamos a cerca de 100 gentes en campo y en cuatro o cinco días teníamos que estar entregando resultados.

Los resultados eran ligeramente ponderados en las siguientes variables: edad, sexo, educación e identificación partidista, con el fin de ajustar la muestra de la encuesta de forma que reflejara con mayor precisión el perfil de los votantes.

La empresa Greenberg utilizaba, con base en algunas de las preguntas, un ponderador, el cual no afectaba de manera fundamental los resultados. A diferencia de lo que se pensaba el ponderador Greenberg afectaba al PRI, beneficiaba al PRD y mantenía estable al PAN.

¿Por qué?

*Se utilizaban los resultados de las encuestas de salida (exit polls) realizados en 1997, en términos de qué tipo de gente fue a votar. Es decir, sexo, edad y clase social y de cómo votó la gente ese año. Con base en estos resultados, Greenberg aplicaba su modelo, que vuelvo repetir, no afectaba de manera importante los resultados puros.*

Las gráficas (con y sin indecisos) que se presentan al final muestran claramente como de enero a junio existió una importante caída de las preferencias por Labastida. Estoy seguro que la ventaja de más de 14 puntos que se reportaban entre enero y marzo eran reales debido a la influencia de la elección interna del PRI. Sin embargo, a partir del mes de abril vino el declive priísta.

Un tema que poco se ha mencionado en esta mesa, es la importancia que tuvo en esta elección la investigación cualitativa. Se realizaron decenas de grupos de enfoque en el ámbito cualitativo en toda la República, los cuales concordaban perfectamente con los resultados cuantitativos. Es decir, un Labastida con una cómoda ventaja entre enero y marzo. Sin embargo, la idea de cambio que el PRI quiso comunicar con su elección interna se fue diluyendo a través del tiempo y vemos cómo a partir del mes de abril, mayo, junio el PAN se apropia de esta idea de cambio vía una excelente campaña de comunicación y las preferencias electorales se empiezan a cerrar hasta llegar al último

levantamiento en la cual, sin indecisos, teníamos todavía a Labastida arriba dos puntos. (Eliminando indecisos).

El último dato publicado por Pearson fue la ventaja 45-38, 10 días antes de la elección. Todavía la última semana se levantó una encuesta nacional en la cual esta ventaja se redujo 43-41 a favor del PRI.

Estos resultados, inclusive, concordaban con los resultados publicados por Reforma, Milenio-Nielsen, UdeG. Es decir, la mayoría todavía daban entre tres y cinco puntos de diferencia a favor de Labastida.

En la presentación me permito incluir una gráfica la cual incluye un resumen de las cerca de 50 encuestas publicadas desde enero a junio. Lo que se puede observar es la gran disparidad de resultados muchas veces explicado por las diferentes metodologías y, en algunos casos, se puede deber a la inexistencia de muchas de las "empresas" encuestadoras.

Existe, asimismo, un tema al que se le ha restado importancia debido a la importancia de la elección presidencial. Me refiero a los casos de las elecciones del DF y Guanajuato. Estos dos casos son también dignos de análisis.

En el caso DF la gran mayoría de las encuestas, si no es que todas, le daban una amplia ventaja de 14 a 17 puntos al PRD unas semanas antes de la elección. Sin embargo, los resultados finales no dejan de sorprender. El PRD ganó por una ventaja de apenas 3-4 puntos.

El caso de Guanajuato también es digno de mencionarse, ya que la gran mayoría de las encuestas le daban una ventaja de entre 13 a 18 puntos al PAN y la ventaja real fue de cerca de 30 puntos.

Estos resultados sorprendivos no creo que sean porque se hayan equivocado las encuestas. Habrá que estudiar este fenómeno. Puede ser un fenómeno de última semana que nadie detectó. Tengo la impresión que no se puede dar una respuesta clara a estas interrogantes.

Lo importante es que como investigadores tenemos que aprender mucho de este proceso, para que en próximas elecciones seamos más precisos en nuestras predicciones. ■

## 1. FILTROS

- Personas con credencial de elector.
- Personas con mayor probabilidad de votar en las elecciones de julio próximo, según lo siguiente:

- a) Aquellas que votaron en las elecciones federales de 1994, o que aún no tenían edad para votar en dichas elecciones pero hoy sí están en posibilidades de votar y
- b) Aquellas que en una escala de probabilidad de votar del 1 al 10, donde 1 es "Poco probable que vaya a votar" y 10 "Segurísimo que vaya a votar", contestan del 7 al 10.

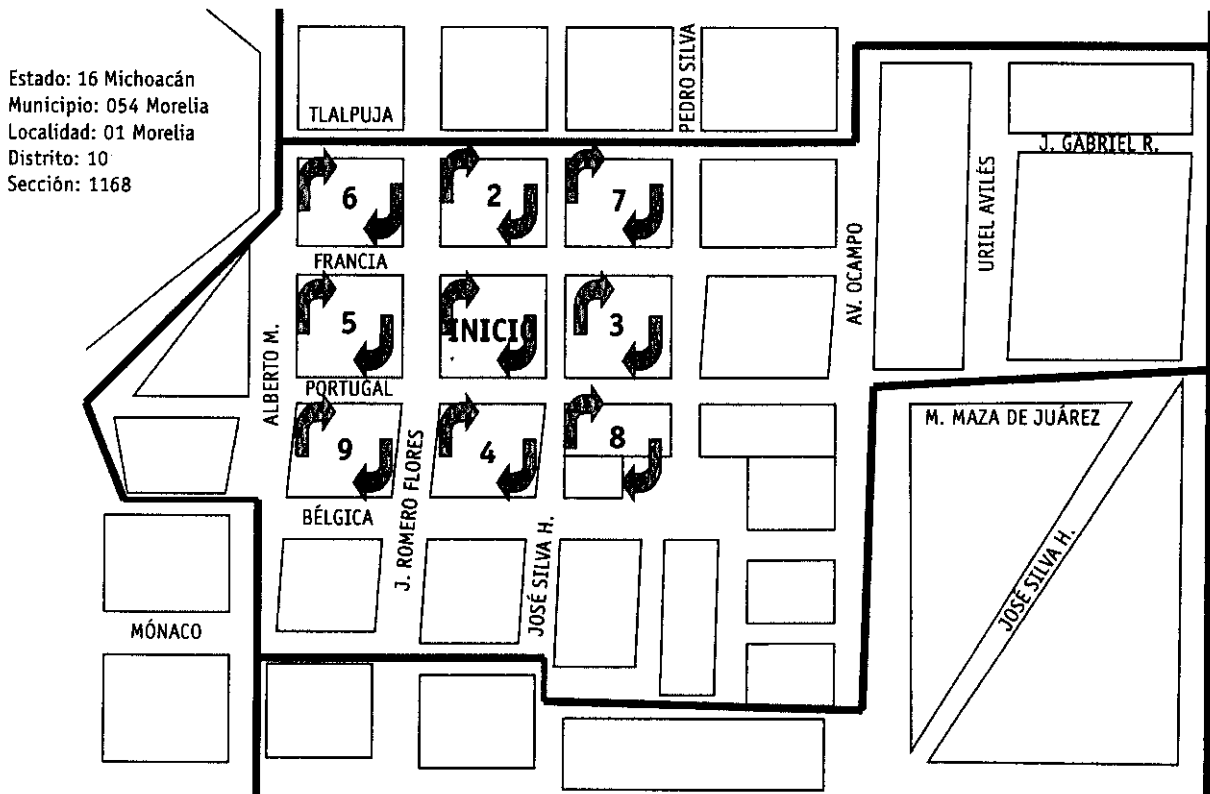
## 2. Método para recopilar información:

- En el mapa de la sección electoral seleccionada se designa una manzana como la "manzana semilla" (aquella donde se inicia el recorrido de campo), la que usualmente está en el centro de la sección

electoral. El recorrido se hace de izquierda a derecha empezando por la esquina superior izquierda de la "manzana semilla" y caminando en espiral hacia las siguientes manzanas, en caso de que no se hubiesen completado las entrevistas que se necesitaban.

- La primera vivienda que se toca es la que se encuentra donde se inicia el recorrido. Después se hace un salto sistemático de tres viviendas cada vez que se obtiene una entrevista efectiva.
- Para seleccionar el sujeto a entrevistar, debido a que se cuenta con cuotas por edad y sexo, se pide a quien abre la puerta diga si en la vivienda vive una persona que estuviera dentro de las cuotas asignadas, para posteriormente corroborar que cumple con los requisitos previamente fijados. Sólo se entrevista a un adulto que hubiera pasado el filtro por cada vivienda.
- Todas las entrevistas se hacen cara a cara, en el domicilio de los entrevistados.

MAPA DE SECCIÓN ELECTORAL



## METODOLOGÍA

### 3. Método de muestreo.

- Marco Muestral.
  - Se utiliza la última versión del Listado Nominal del IFE disponible al público.
- Diseño Muestral.
  - Del marco muestral se obtienen siete estratos, los cuales corresponden a las regiones: pacífico, norte, golfo, sureste, sur, centro, y metropolitana. En una segunda etapa, cada uno de estos estratos se divide por tipo de sección: urbana, mixta y rural, de acuerdo con los criterios del IFE.
  - A cada estrato obtenido se le asigna una cantidad de entrevistas proporcional al número de electores que existen en el listado nominal.
  - La totalidad de las secciones electorales se organizan con respecto a su número de electores, de mayor a menor dentro de cada estrato. Posteriormente, se hace una selección sistemática de secciones, la que inicia en una sección escogida aleatoriamente. Se obtiene el número de secciones necesarias para cubrir el total de entrevistas de la muestra tomando como base 8 por cada sección.
  - Después de realizar el proceso aleatorio se genera una muestra repartida en 30 entidades federativas\* diferentes.
  - La muestra se distribuye en secciones urbanas/mixtas y rurales, de tal manera que se conserva la misma proporción existente en el Listado Nominal, que cuenta con aproximadamente un 79 por ciento de casos urbanos/mixtos, y el resto de casos rurales.

- 1 AGUASCALIENTES
- 2 BAJA CALIFORNIA SUR
- 3 CAMPECHE
- 4 COAHUILA
- 5 COLIMA
- 6 CHIAPAS
- 7 CHIHUAHUA
- 8 DISTRITO FEDERAL
- 9 DURANGO
- 10 GUANAJUATO

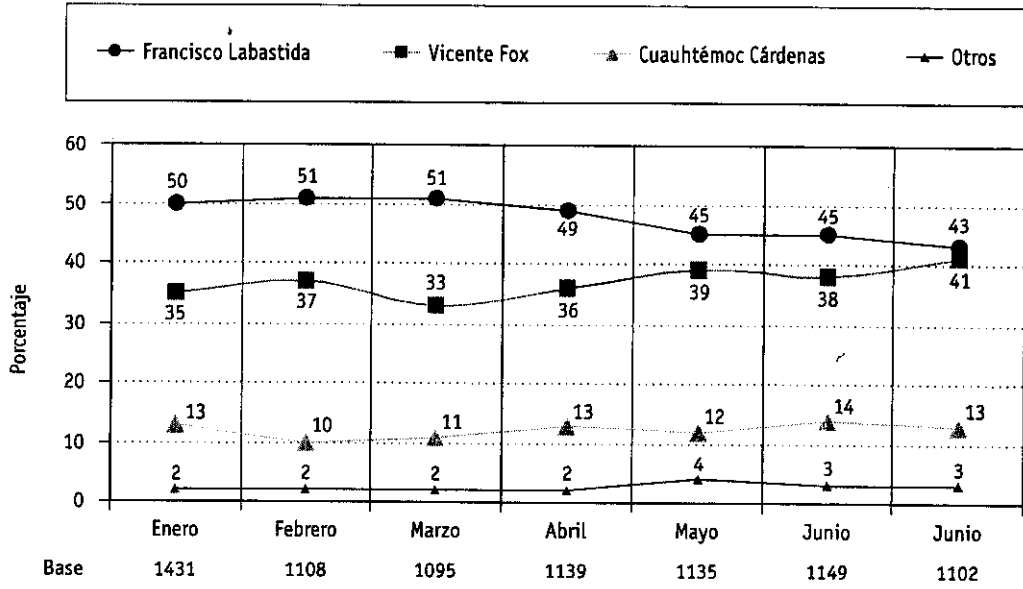
- 11 GUERRERO
- 12 HIDALGO
- 13 JALISCO
- 14 MÉXICO
- 15 MICHOACÁN
- 16 MORELOS
- 17 NAYARIT
- 18 NUEVO LEÓN
- 19 OAXACA
- 20 PUEBLA
- 21 QUERÉTARO
- 22 SAN LUIS POTOSÍ
- 23 SINALOA
- 24 SONORA
- 25 TABASCO
- 26 TAMAULIPAS
- 27 TLAXCALA
- 28 VERACRUZ
- 29 YUCATÁN
- 30 ZACATECAS

### 4. RESULTADOS

Los datos brutos arrojados por las encuestas eran ponderados de acuerdo con la siguiente metodología:

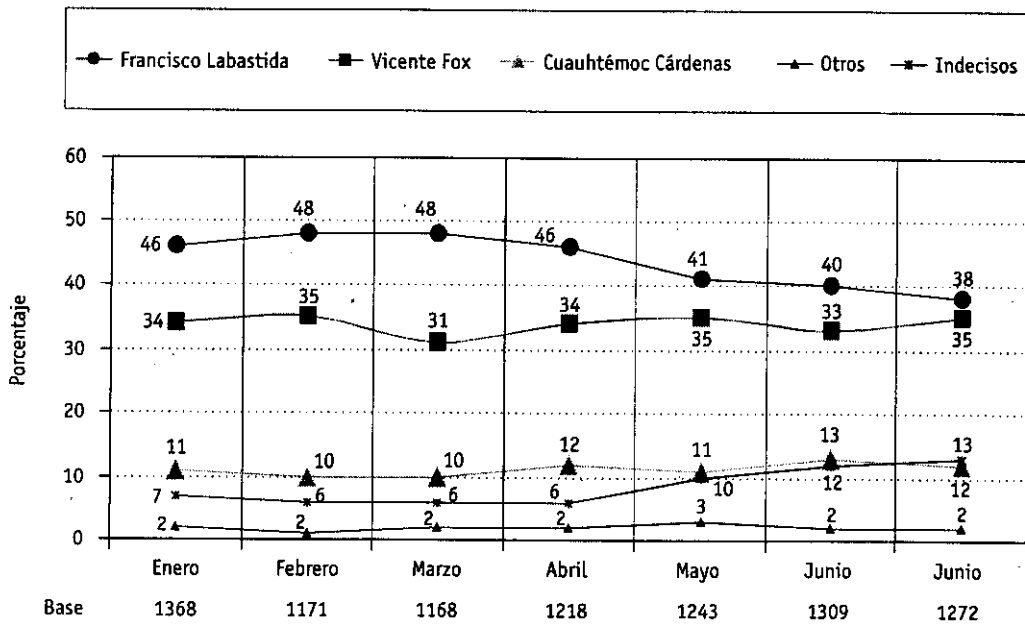
- Cinco factores eran ligeramente ponderados: región (siete regiones); edad, sexo, educación e identificación partidista, con el fin de ajustar la muestra de la encuesta de forma que reflejara con mayor precisión el perfil de los votantes que con mayor probabilidad participarían en la elección del 2 de julio.
- El perfil demográfico y partidista de los votantes probables, se basó en un análisis de los resultados electorales más recientes; en los datos de encuestas de salida de las elecciones constitucionales de 1994 y 1997, y en los datos del Censo General de Vivienda 1995 (Greenberg).
- La ponderación realizada era mínima ya que el ajuste promedio era 1.2 puntos porcentuales en promedio en la mayoría de nuestras encuestas.
- Para cada levantamiento se utilizaron muestras nuevas e independientes.
- La pregunta de voto se realizó utilizando boleta electoral simulada.

EN ESTA HOJA ESTÁN LOS CANDIDATOS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE JULIO PRÓXIMO.  
 ¿SI LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL FUERA HOY, USTED VOTARÍA POR?  
 (Probables votantes y eliminando a los indecisos)



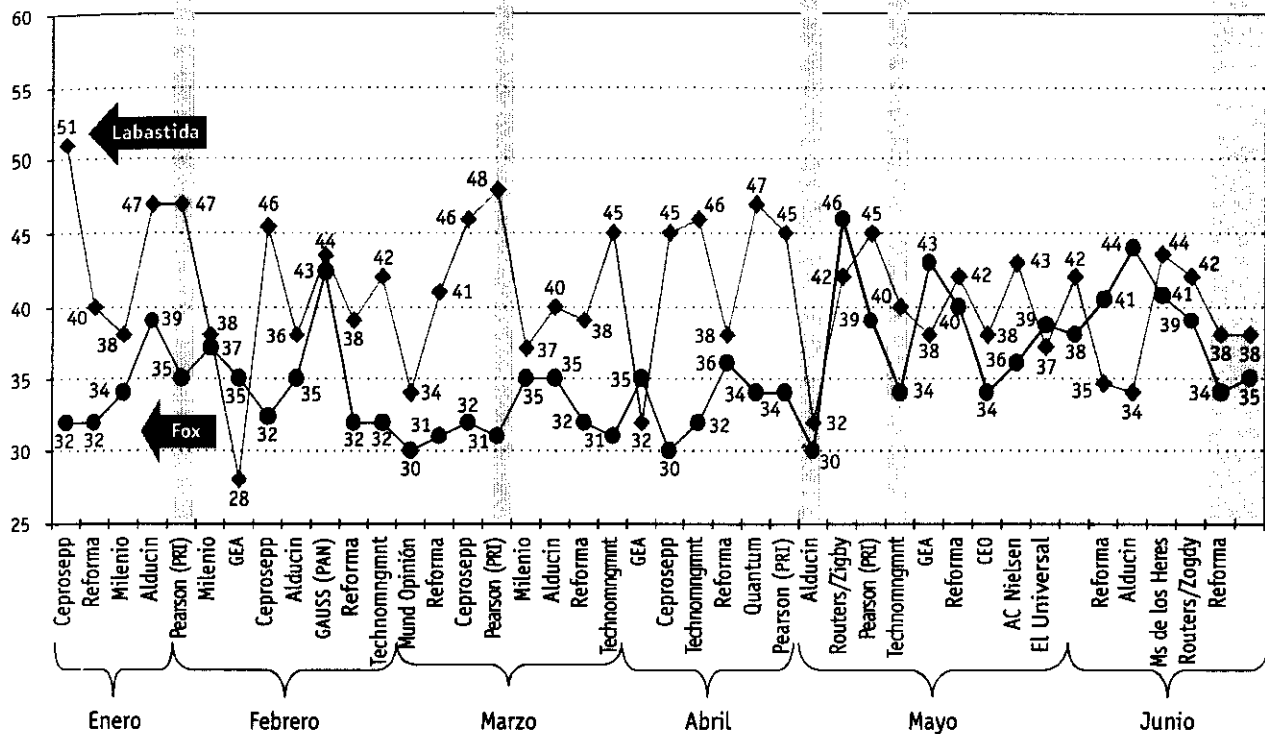
Datos sin ponderar.

EN ESTA HOJA ESTÁN LOS CANDIDATOS PARA LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE JULIO PRÓXIMO.  
 ¿SI LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL FUERA HOY, USTED VOTARÍA POR?  
 (Probables votantes)



Datos sin ponderar.

HISTÓRICO DE ENCUESTAS PUBLICADAS  
Resultados: intención de voto para la presidencia



\* Encuesta no publicada pero mencionada por el candidato del PRI.  
\*\* Encuesta ajustada a la base una vez eliminados los indecisos.

# PONENCIAS MESA 1

.....

Rolando Ocampo

GRUPO DE ASESORES UNIDOS, S.C.

**Y**o quisiera hacer un par de comentarios que a mí me hubiera gustado que en esta reunión hubiéramos estado todos los que hicimos series de encuestas y no solamente los que publicamos series de encuestas.

Es decir, sabemos que hay muchas otras empresas que estuvieron trabajando durante todo el proceso electoral y que hubiera sido muy enriquecedor que en lugar de estar revisando nuestros datos, hubiéramos revisado los de ellos para, efectivamente, ver qué es lo que estaba sucediendo y evaluar lo de todas las demás, lo de todas las empresas en particular.

Es decir, no someternos a juicio los que durante toda la campaña nos sometimos a juicio.

Bueno, lo que voy a presentar son los resultados de las series que tuvimos nosotros durante todo este tiempo. Y tuvimos un marcado crecimiento en las preferencias por Vicente Fox, en enero, y quise poner enero. En octubre traíamos, nosotros, un mes antes del proceso de la elección interna del PRI, traíamos 12 puntos abajo a Vicente Fox. En enero lo teníamos cinco puntos abajo de Labastida y para abril ya lo teníamos adelante (Ver Gráfica 1).

También en enero lo traíamos 46-41, va disminuyendo, cayendo, Francisco Labastida y Vicente Fox va subiendo.

Al final pudimos observar un crecimiento mucho más fuerte de aquellos que no quisieron responder o que dijeron que no iban a votar por ninguno, lo que hacía 11 puntos el porcentaje y que también tiene que ver con lo que Ulises Beltrán estaba comentando sobre la propensión de las gentes que votaban por oposición y que tenían esa idea de ocultamiento de voto y que tiene toda una correlación con los niveles de ingreso, niveles de educación, y que están muy asociados.

Sí comentar esta última fecha, esta fecha de la encuesta que hicimos del 8 al 12 de abril y este punto cuando inicia, digamos, la primer quincena de enero, que teníamos cinco puntos y cómo, en abril, ya hay el cruce y a partir de ahí ya nunca se nos vuelve a cruzar.

Ese 8-12 de abril fue precisamente cuatro o cinco días después del caso Espinosa Villarreal, que a lo mejor tiene alguna asociación, no lo sé en realidad.

Sí, bueno, nada más una cuestión: nosotros, por costumbre, en Gauss, siempre hemos, por formación estadística, siempre hemos presentado los resultados sin eliminar a las personas que no respondieron o no quisieron decir por quién iban a votar.

Creo que es una parte importante, creo que es, como debieran, en mi opinión, presentarse los resultados, porque si bien es cierto que estos se difunden fundamentalmente en los medios de comunicación escritos, digamos en los periódicos. Y si hacemos el juicio de que, en porcentaje común, un 10 por ciento de la gente lee el periódico y los que leen este tipo de información, pues, seguramente hay que



dejarlos a ellos a que emitan, a que tomen su decisión, para dónde se irían esas gentes que no quisieron responder, y no la tradicional asignación proporcional a los resultados que no funcionó durante este proceso electoral.

Y nada más un último comentario con las series. En esta fecha del 8 al 12 de abril, nosotros siempre hemos ponderado por los resultados que venían en el Internet, en el número de hombres y el número de electores mujeres y los grupos de edad.

Pero en este caso, en esta fecha del 8 al 12 de abril, hicimos un ejercicio y ponderamos por la distribución del conteo de población y vivienda de 1995 y, en este caso, el resultado se volteaba, es decir, Francisco Labastida iba arriba y Vicente Fox iba en segundo lugar, aplicando el ponderador de educación.

Vicente Fox fue convenciendo a los electores de que tenía muy serias posibilidades de ganar, lo que pudo haberle valido muchos puntos, y aunque las probabilidades de Labastida eran más altas, al final fueron descendiendo, y la pregunta que hicimos es: ¿Qué tan probable es que gane Vicente Fox o Francisco Labastida la elección? Muy probable y algo probable son los dos colores de azul, que suman 84 por ciento, contra 88 por ciento de Labastida (Ver Gráfica 2).

Sin embargo, si vemos el porcentaje de muy probable de Labastida, que empieza, va en disminución, y el de Fox va en ascenso, se duplica del 14 de enero al 27-29 de mayo.

Creo que ésta es una pregunta muy interesante, porque la gente empieza a ver que efectivamente hay una posibilidad de triunfo de Vicente Fox y empieza a asociarlo con la alta probabilidad de que puede llegar a la Presidencia.

Ligado con lo anterior, los electores comenzaron a ver más como presidente a Vicente Fox y menos a Francisco Labastida. ¿Parece o no parece presidente? era la pregunta. Vicente Fox, Francisco Labastida. Parece presidente Labastida. Este porcentaje, del 8 de abril al 29 de mayo, se cae de manera importante: sin embargo, el de Vicente Fox se mantiene, sube y se queda por los niveles del 47 por ciento. Y el “no parece presidente” sube, aunque es el complemento, claro, pero sube en Francisco Labastida (Ver Gráfica 3).

Aunque no hicimos la pregunta después de abril, en la gráfica es claro que los electores comenzaron a ver un presidente del PRI como “más de lo mismo”, y hacemos una pregunta: para que ocurra un cambio de verdad en México ¿es necesario que el PRI pierda la Presidencia de la República?, y las opciones de respuesta eran “de acuerdo o en desacuerdo”.

El crecimiento de enero al 8 de abril fue de 16 puntos; pasa de 53 a 69 y el desacuerdo disminuye. El “no

sabe, no contestó”, se mantiene todo el tiempo estable (Ver Gráfica 4).

Luego, si analizamos los resultados del proceso, vemos que la diferencia la marcaron las mujeres, ya que mientras con los hombres Fox tuvo siempre una ligera ventaja sobre Labastida, en las mujeres remontó casi 15 puntos que le llevaba Labastida y quedó, incluso, por arriba de él (Ver Gráfica 5).

Quiero hacer una mención: nosotros, durante toda la campaña estuvimos presentando estos resultados en sesiones, los martes, en las que estaban el propio candidato y el presidente del PAN, y esta información fue la que se tomó para la toma de decisiones y las estrategias. Es decir, las informaciones de los resultados de las encuestas sirvieron para la definición de las estrategias que se fueron dando durante la campaña. No sólo las de éstas, sino también las de Arcop, las de Rafael Giménez, las que fueron, de manera importante, elementos de decisión en la campaña.

Bueno, los hombres siempre por arriba, y las mujeres, a principios de enero, que era nuestra principal preocupación, y se ve cómo va cayendo Francisco Labastida en las mujeres y que, bueno, al final del proceso electoral, según todas las encuestas de salida (*exit polls*), el grupo mayoritario de las mujeres también las ganó Vicente Fox.

En poblaciones urbanas, Fox siempre llevó la delantera, aunque al final esta fue más clara; es decir, empezamos con una diferencia de cuatro puntos y terminamos con una diferencia de casi 10 puntos. Fue mucho mayor, fue de alrededor de 16 puntos y, casualmente, tanto en urbanas como en rurales. No me he referido a él, pero en tercer lugar, Cuauhtémoc Cárdenas, nunca tuvo variación en ninguno de los casos, su varianza era muy pequeña (Ver Gráfica 6).

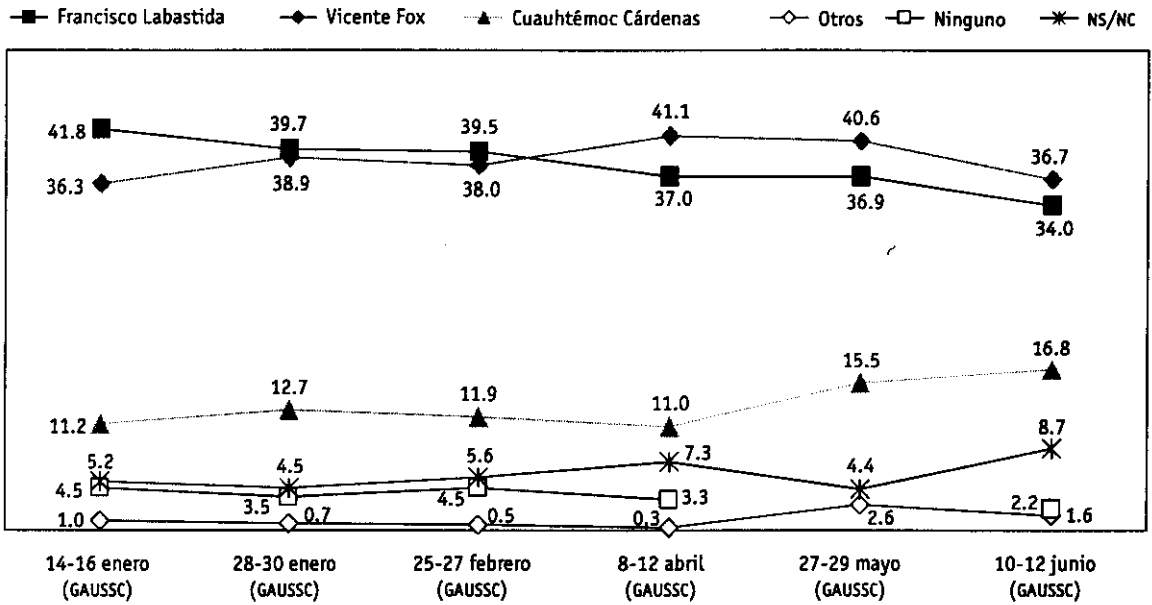
Y en las rurales, Vicente Fox nunca alcanzó a Francisco Labastida y si en primer lugar se tenían 19 puntos, al final se tuvieron 11 y 10 puntos y la diferencia fue mayor a favor de Francisco Labastida (Ver Gráfica 7).

La distribución por grupos de edad, pues, fueron los jóvenes de 18 y 34 años; siempre mantuvieron las preferencias a favor de Fox, siempre estuvieron los de 18 a 24, de 25 a 34, siempre por encima (Ver Gráfica 8).

En la de 35 a 44 años vimos un cambio a partir del 27, 29 de mayo, en la que empieza a tener mayoría ya Vicente Fox, que también eso se da en los resultados de la jornada electoral con las encuestas de salida (*exit polls*), y en los únicos casos en los que no se pudo nunca remontar esa diferencia, aunque se acertó, fue entre los de 45 años y más (Ver Gráfica 9). ■

### GRÁFICA 1

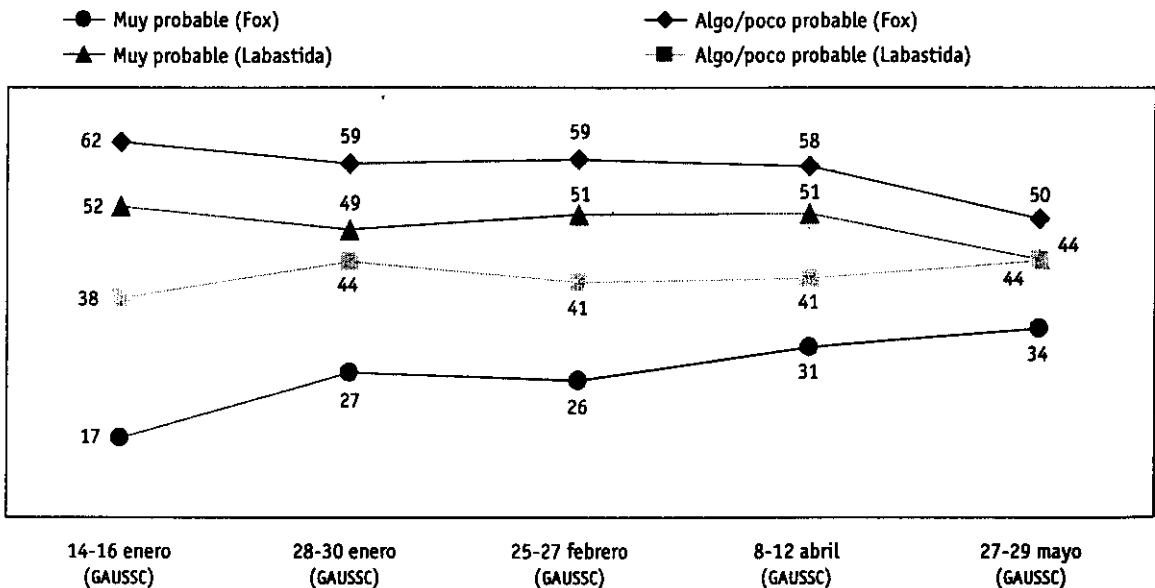
MERCADO DE CRECIMIENTO EN LAS PREFERENCIAS POR VICENTE FOX, EN ENERO LO VEMOS 5 PUNTOS DEBAJO DE LABASTIDA Y PARA ABRIL YA LO TENEMOS ADELANTE. TAMBIÉN PODEMOS VER EL OCULTAMIENTO DEL VOTO EN LA ÚLTIMA ENCUESTA, HAY UN CRECIMIENTO DE LOS INDECISOS Y UNA BAJA DE FOX



### GRÁFICA 2

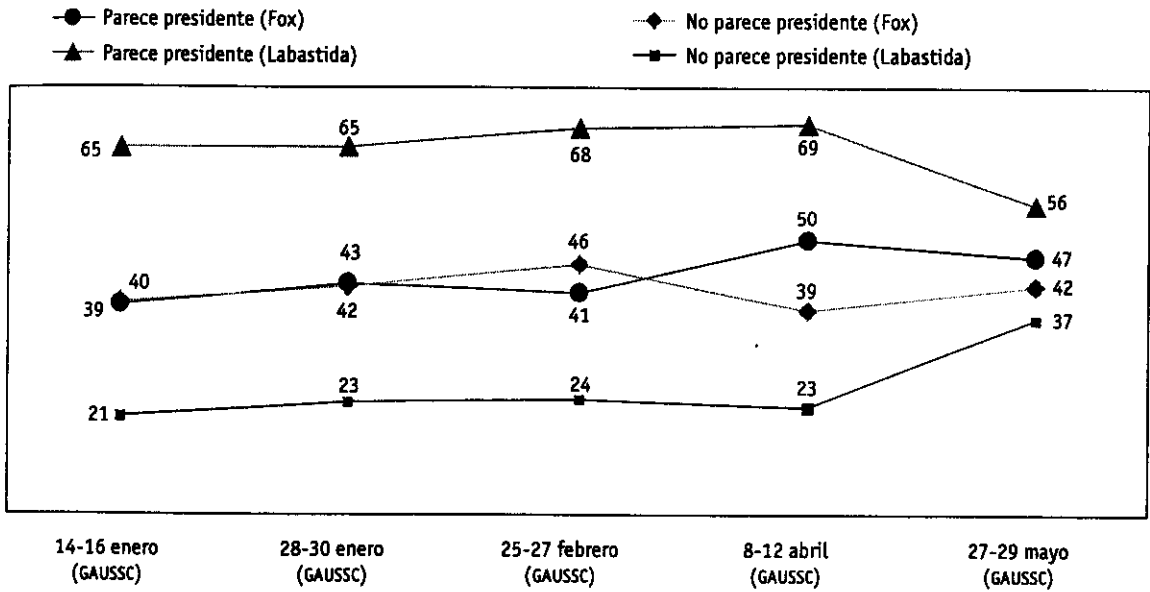
VICENTE FOX FUE CONVENCENDO A LOS ELECTORES DE QUE TENÍA MUY SERIAS POSIBILIDADES DE GANAR LO QUE PUDO HABERLE VALIDO MUCHOS VOTOS. Y AUNQUE LAS PROBABILIDADES DE LABASTIDA ERAN MÁS ALTAS, AL FINAL FUERON DESCENDIENDO

¿Qué tan probable es que... gane la elección para Presidente de la República?



**GRÁFICA 3**  
 LIGADO CON LO ANTERIOR LOS ELECTORES COMENZARON A VER MÁS  
 COMO PRESIDENTE A VICENTE FOX Y MENOS A FRANCISCO LABASTIDA

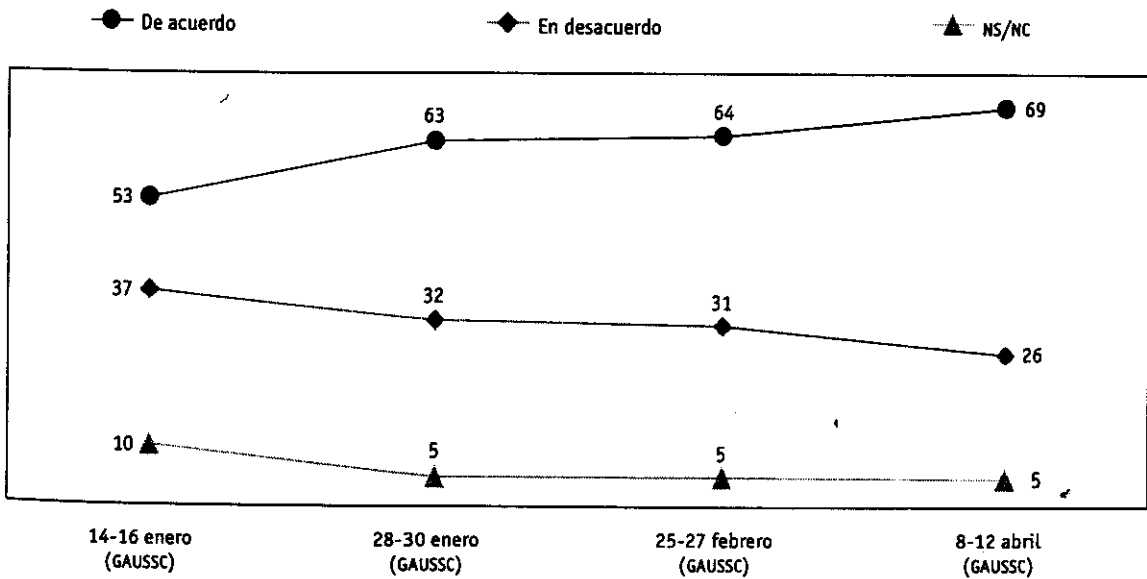
*¿Parece o no parece presidente...?*



**GRÁFICA 4**

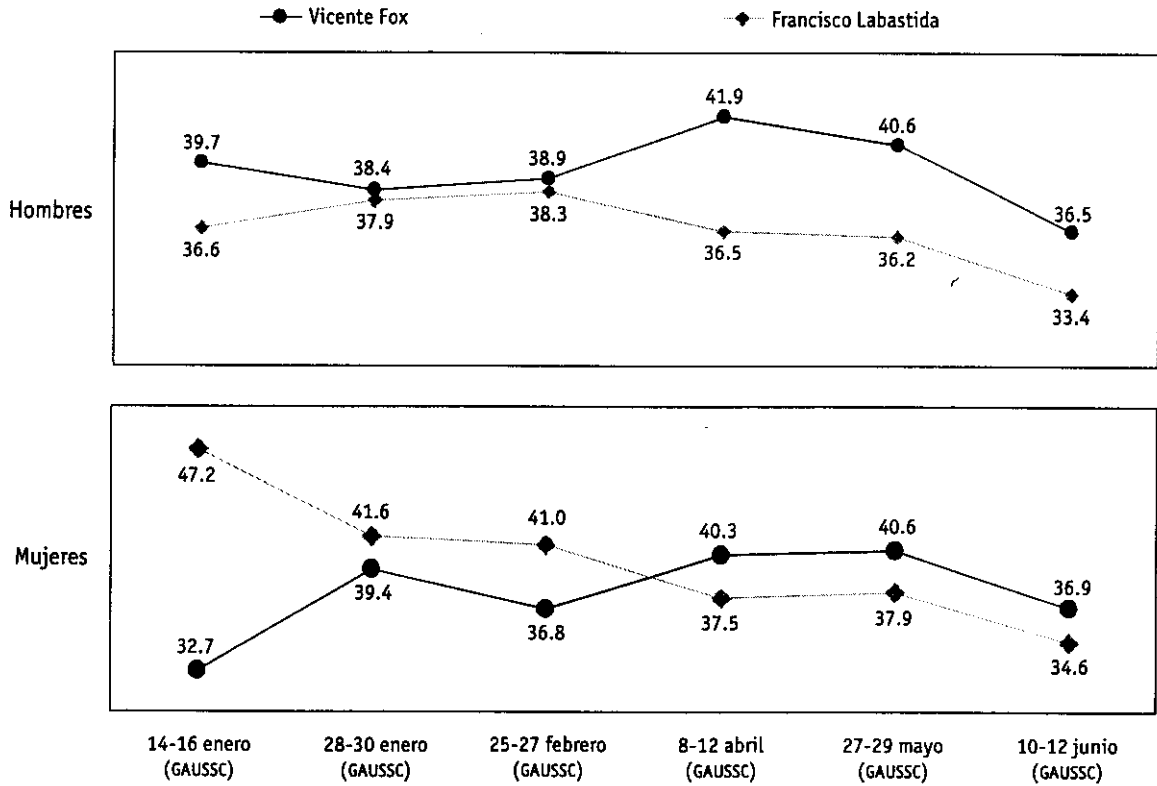
AUNQUE NO HICIMOS LA PREGUNTA DESPUÉS DE ABRIL, EN LA SIGUIENTE GRÁFICA ES CLARO QUE LOS ELECTORES COMENZARON A VER A UN PRESIDENTE PROVENIENTE DEL PRI COMO MÁS DE LO MISMO

*"Para que ocurra un cambio de verdad en México es necesario que el PRI pierda la Presidencia de la República"*



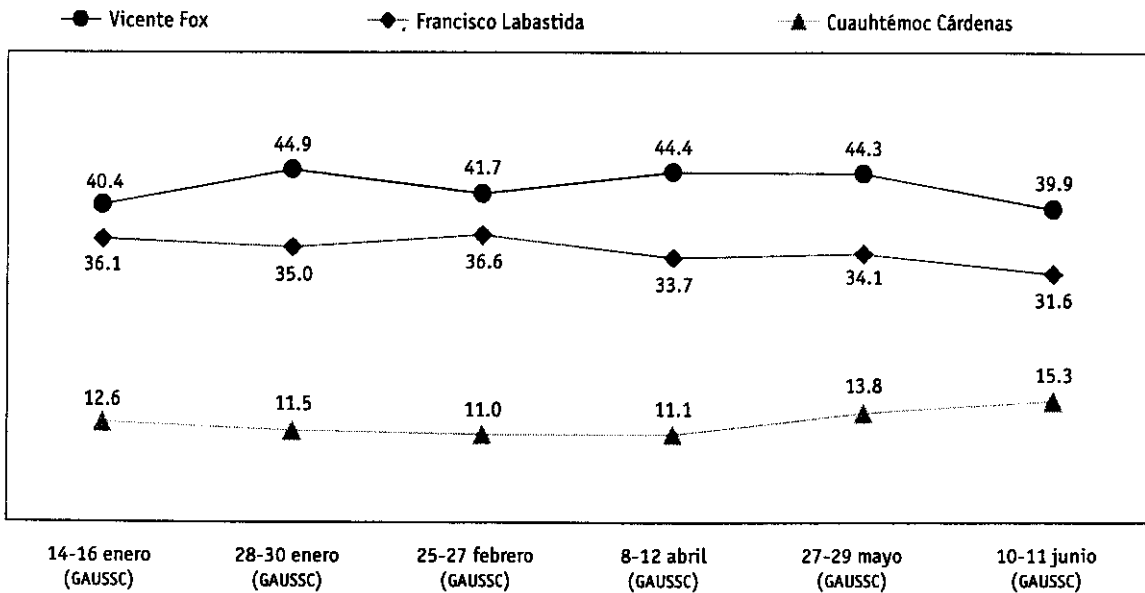
### GRÁFICA 5

ANALIZANDO LOS RESULTADOS POR SEXO VEMOS QUE LA DIFERENCIA LA MARCARON LAS MUJERES, YA QUE MIENTRAS QUE CON LOS HOMBRES FOX MANTUVO SIEMPRE UNA LIGERA VENTAJA SOBRE LABASTIDA, EN LAS MUJERES REMONTÓ LOS CASI 15 PUNTOS QUE LE LLEVABA LABASTIDA Y QUEDÓ INCLUSO POR ARRIBA DE ÉL

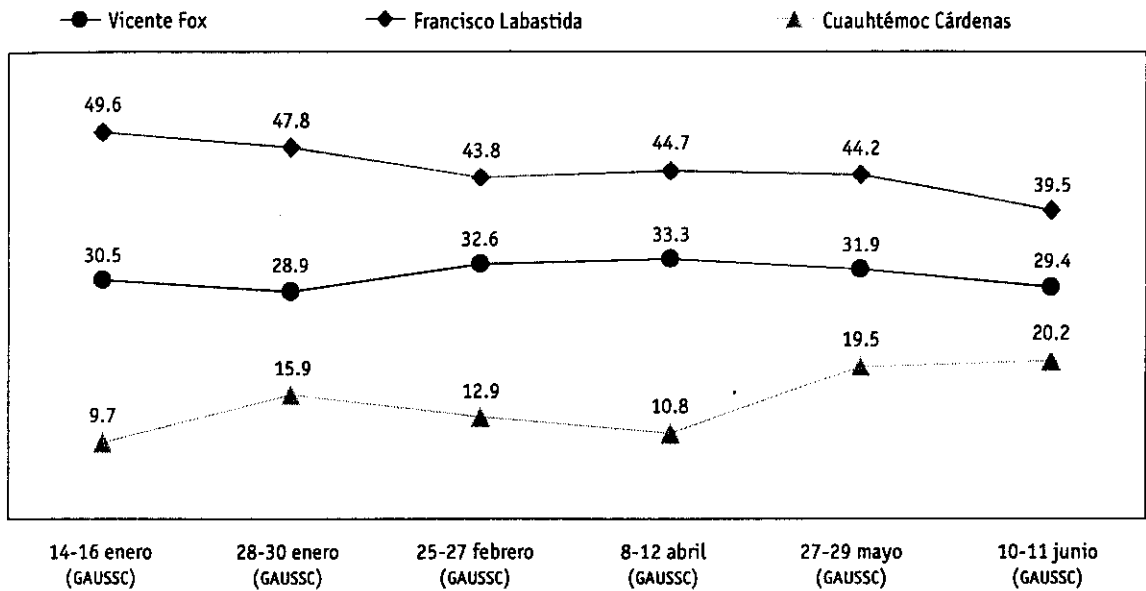


### GRÁFICA 6

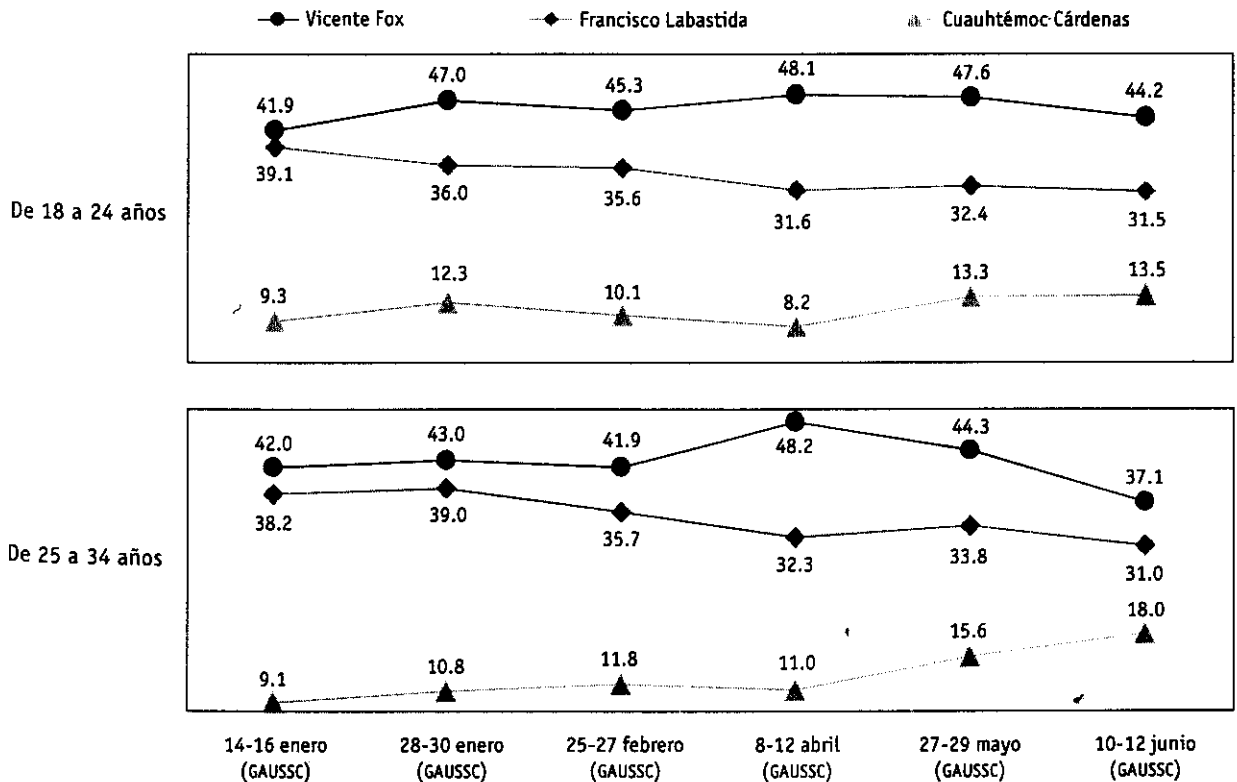
EN POBLACIONES URBANAS FOX SIEMPRE LLEVÓ LA DELANTERA, AUNQUE AL FINAL ESTA FUE MÁS CLARA...



**GRÁFICA 7**  
 ...MIENTRAS QUE EN LAS RURALES VICENTE FOX LOGRÓ ACERCARSE A LABASTIDA  
 EN ALREDEDOR DE 10 PUNTOS PORCENTUALES DE ENERO A JUNIO

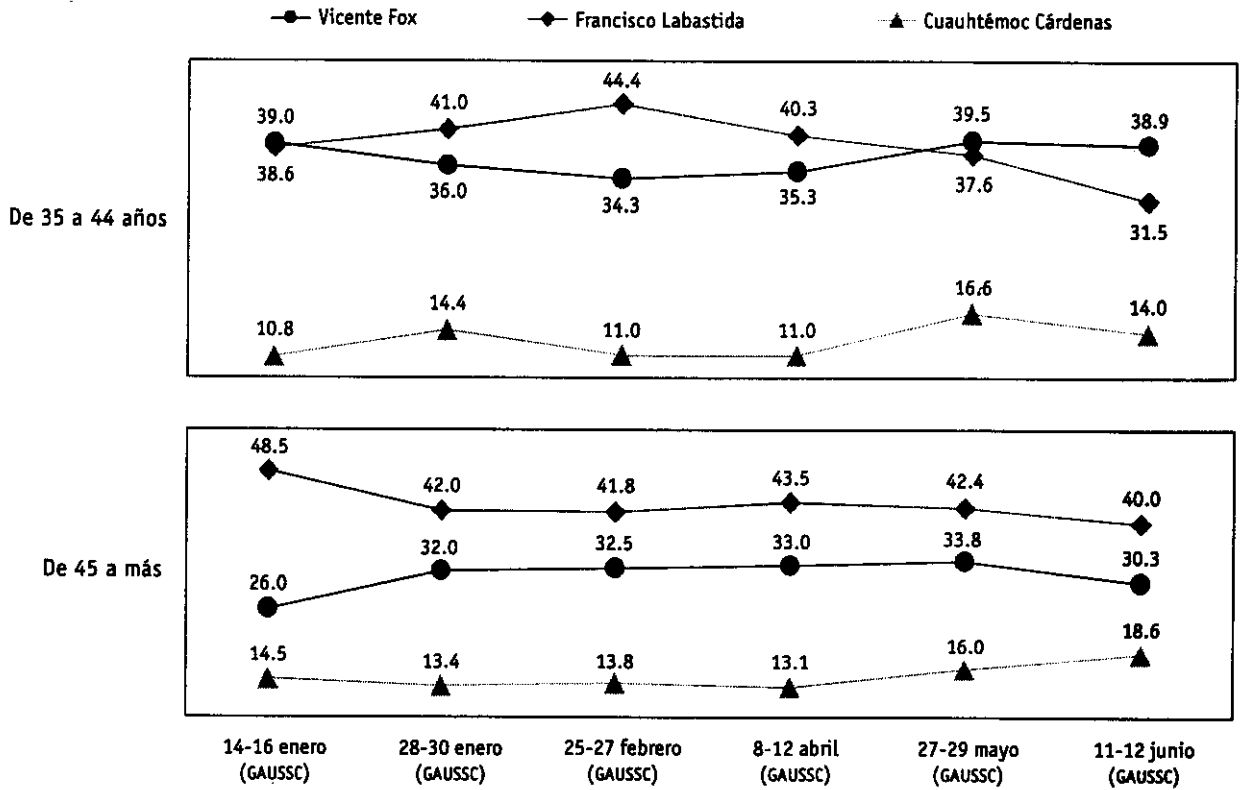


**GRÁFICA 8**  
 EL BASTIÓN DE FOX FUERON LOS JÓVENES, LOS ELECTORES ENTRE 18 Y 34 AÑOS  
 SIEMPRE MANTUVIERON SUS PREFERENCIAS



### GRÁFICA 9

PERO UNOS DE LOS GRANDES LOGROS DE FOX FUE HABER CONVENCIDO AL GRUPO DE ENTRE 35 Y 44 AÑOS DE QUE VOTARAN POR ÉL Y REDUCIR LA GRAN VENTAJA DE LABASTIDA ENTRE LOS MAYORES DE 44





# PONENCIAS MESA 1

Eduardo Ragasol

AC NIELSEN

**M**ucho gusto de estar aquí con ustedes y compartir algunas ideas que surgen de estos ejercicios de encuestas de preferencia electoral.

Me gustaría empezar por decir que en la agenda que les propongo en esta charla, la parte de la metodología sí la voy a describir. Voy a tratar de ser muy sucinto en esta parte, pero estamos totalmente abiertos a desglosar todo lo que ustedes quieran sobre la metodología.

Pero me gustaría más enfocarme a ciertos temas que me parecen sumamente relevantes en función no nada más de la metodología y de la aplicación de la metodología, sino también de otros elementos que tienen que ver en el cómo se publican las encuestas, cómo se leen las encuestas y sobre, también, otro elemento que me parece de una importancia dramática, que es la ética.

O sea, creo que no nos enfrentamos a un problema ciento por ciento metodológico. Creo que también nos estamos enfrentando a un problema que tiene que ver con la ética del trabajo que se está haciendo.

También importante es la metodología como la ética con la que se hace el trabajo, y la ética que se utiliza para publicar los resultados de ese trabajo.

Entonces aquí está la presentación: nosotros hicimos dos encuestas para el diario Milenio. La metodología que se usó en ambas es básicamente la misma. La diferencia que encontramos en la encuesta que se hizo del 12 al 19 de junio contra la que se hizo en mayo, es que aumentamos el tamaño de la muestra, porque preveíamos un desenlace muy cerrado, o sea resultados que iban a estar muy cerrados. Y con el afán de lograr una, llamémosle así, una mayor evidencia sobre quién podría estar arriba en la preferencia electoral, aumentamos —como ven ustedes— de mil 800 entrevistas, a dos mil 793 entrevistas, que nos parece que es un tamaño de muestra bastante robusto.

Lo que hicimos, en términos de la metodología, fue un diseño. Primero me gustaría decir que tratamos de utilizar todo lo que está escrito en la ortodoxia de los libros; o sea, nosotros no tratamos de crear nuevos esquemas; tratamos de utilizar, de la manera más seria, lo que se considera como la ortodoxia en una encuesta.

Hicimos un probabilístico; no es autoponderado. Utilizamos estratos, selección de conglomerados en varias etapas, con probabilidad proporcional al tamaño de la población.

Las etapas fueron selección de localidades; dentro de esto AGB's, manzanas, y dentro de las manzanas hicimos una selección de viviendas, siguiendo estos criterios de barrido de la manzana; y dentro de la vivienda también hicimos una selección del ciudadano, en donde se le preguntaba. La selección del ciudadano a entrevistar era el que tenía el cumpleaños más cercano a la fecha en que se levantó la encuesta.

Con esto pretendimos lograr la máxima aleatoriedad, o sea que si realmente tuviéramos una selección aleatoria y no una selección por cuotas ni ninguna otra cosa que no fuera un muestreo aleatorio.

Estos son los estratos por regiones del país. Esto simplemente fue con el afán de distribuir la muestra a lo largo y ancho de la República Mexicana.

Definimos cuatro estratos por el tamaño de la población. Nuevamente, también, para tener un control sobre lo rural y sobre lo no rural, que también sabemos que tienen una correlación con la preferencia electoral.

Entonces se formó, pues, una matriz donde ustedes pueden ver las nueve áreas geográficas por los cuatro estratos y se seleccionó el mismo número de localidades por estrato, de manera que completáramos el tamaño de la muestra que teníamos que lograr.

Entonces, dado este diseño no autoponderado, tenemos un factor de expansión, que es el inverso de probabilidad de inclusión, que es lo que me parece que es el punto crucial. Cuando uno hace este tipo de muestreos, lo importante es que tenga uno el control de la probabilidad de selección. Este es un punto que me parece que no debemos perder de vista: mantener el control de la probabilidad de selección, para mí, es crucial.

Cuando se hacen esquemas, llamémosles heterodoxos, el perder eso es lo que a mí me preocupa. Obviamente, abro aquí el tema a discusión. Sé que el doctor Enrique Alduncin tiene otros puntos de vista. Bueno, el nuestro es que no debemos de perder la probabilidad de selección, porque si no, aquí los factores de expansión, pierden su significado.

La siguiente, pues, nos muestra simplemente la fórmula que usamos para los estimadores; éste es el estimador de la preferencia electoral; el caésimo partido o el caésimo contendiente, todo con los factores de expansión que les acabo de mostrar.

Los resultados que obtuvimos en la segunda encuesta son estos, que vienen mucho a cuento después de cómo se publicaron. Vamos a ver un poco de los resultados: obtuvimos para el PAN un 31 por ciento de la estimación; para el PRI un 33 por ciento de la preferencia; para el PRD un 13, y como ustedes pueden ver, aquí hicimos ya un cálculo con el PISICART, ya de lo que es el error estándar ya calculado, que fue una de las premisas que tuvimos con Milenio: no publicar nada más el error estándar, con el cual se diseñó la encuesta, sino publicar el error estándar calculado, pero para cada uno de los partidos, o sea, para cada uno de los niveles. Y lo que publicamos también en la encuesta de Milenio fue el intervalo de confianza, no nada más la estimación puntual.

Y como pueden difícilmente ver, desgraciadamente está un poco pequeño ahí el asunto, los intervalos de confianza que tenemos de aquel lado, el intervalo que

está por ahí, estaban totalmente encimados, digamos; o sea, había una intersección importante entre el intervalo de confianza que tenemos para el PAN y el intervalo de confianza para el PRI.

Dicho en términos estadísticos, el ejercicio no arrojó evidencia significativa sobre quién estaba en primer lugar en la preferencia electoral, y así se publicó.

Obviamente, en términos periodísticos, el utilizar esta frase que acabo de decir, que es la correcta, desde un ángulo académico, no lo es en términos periodísticos. En términos periodísticos, se utilizó una frase que dice "nada para nadie; la elección se cerró". Lo que queríamos también evitar es el famoso empate técnico, porque no hay empate. Ciertamente, hay alguien arriba y aquí abajo.

Simplemente, el ejercicio no arroja evidencia significativa sobre quién va en el primer lugar de la preferencia electoral.

Y otro punto en el que quiero llamar su atención es la cantidad de nulos que tenemos. Esto de "nulos" es la no respuesta; es la cantidad de gente que no sabía por quién votar, más la cantidad de gente que no nos quiso decir por quién votaba.

Esto dio un 19 por ciento, que me parece una cantidad muy importante, y el cómo manejar esa cantidad muy importante de gente que no dijo o no quiso decir o que no sabía, es crucial para definir el por qué nos quedó un candidato arriba que el otro o no. La cuestión es que no tengo evidencia de cómo se distribuye ese 19 por ciento. O sea, al final, cómo votó ese 19 por ciento, es lo que al final parece ser que definió la elección, y pues nosotros no tuvimos evidencia para asignar ese 19 por ciento.

Otro punto importante en la publicación fue que el 19 por ciento se publicó, o sea, fue tal cual como se publicó. El medio, en sí mismo, prefiere excluir ese 19 por ciento y simplemente acomodar los demás resultados, para que sumen 100; que dicho de otra forma, es hacer una asignación proporcional, lo cual tampoco estábamos de acuerdo.

Entonces, obligamos al periódico a que publicara las dos cosas. Sabemos que al periódico no le gusta dejar que los porcentajes no sumen 100, o dejar la evidencia de una no respuesta tan alta, pero el convenio con Milenio fue que nosotros íbamos a supervisar la publicación y así se hizo. En la publicación, en el periódico, está el dato tal cual, de la no respuesta.

Un tema crucial que también me parece fundamental es la cuestión del uso de filtros. Fuimos ampliamente criticados por haber usados filtros, por más de una entidad o de alguna otra empresa. En fin, lo que me pareció más relevante en la cuestión del uso de filtros, es la relevancia y el que tengan estos filtros, para mejorar, en cierto sentido, nuestra estimación sobre la preferencia electoral.



Ahora voy a entrar un poco a eso. Primero, les quiero describir qué fue lo que se hizo en este sentido. Las preguntas que van a ver ustedes están en el orden en el que fueron aplicadas; el cuestionario lo aplicamos completo a los ciudadanos de 18 años o más, y los filtros se aplicaron en el procesamiento de datos.

El primer objetivo es que el filtro tiene que detectar a la población objetivo, y nuestra primera población objetivo son los mexicanos de 18 años o más, con credencial de elector. Esa fue nuestra población objetivo, llamémosle amplia. La población objetivo reducida o con filtros son aquellos que tienen un interés particular en votar; entonces, pues, obviamente están las preguntas que se refieren a esto. Si quieren vemos la siguiente lámina.

Este es el primer filtro importante. Como ustedes saben, en julio habrá elecciones de Presidente de la República; sé que todavía falta algo de tiempo, pero dígame qué tan probable es que usted vaya a votar en las elecciones presidenciales, y son cinco niveles. Para el filtro usamos el totalmente probable y el bastante probable; este fue un filtro, llamémosle así, para detectar lo que en inglés se conoce como los votantes probables (*lightly voters*).

La siguiente pregunta es el interés: ¿Qué tanto le interesa participar en las próximas elecciones? Totalmente, bastante interesado. Nuevamente son estos cuatro niveles. Tomamos los primeros dos: totalmente y bastante interesado.

Lo más curioso, con el uso de estos filtros es que sí, en efecto, la criba que se logra es como un 16 por ciento de la población objetivo, pero el efecto que tiene sobre la votación, por lo menos en la evidencia que nosotros tenemos, es absolutamente nulo. Les leo los resultados, que se publicaron también; están en la publicación que se hizo de Milenio.

Con filtros, Francisco Labastida nos salía en 34 por ciento. Sin filtros, 34 por ciento. Vicente Fox, con filtros, 31 por ciento; sin filtros, 32 por ciento. O sea, la cuestión del filtro no tuvo en absoluto una relevancia. Eso me parece revelador. Si acaso, no sé si tiene que ver con la encuesta particular, creo que es un tema que es crucial definir, porque al final los votantes probables (*lightly voters*), el definir esa población objetivo y definir si esos votantes probables (*lightly voters*) tienen influencia con el resultado, es totalmente crucial para que mejoremos nuestros resultados en las encuestas.

Entonces, creo que es un tema de investigación que tenemos, tal vez, que concentrarnos algún grupo, en donde nos propongamos hacer una investigación seria sobre cuáles son los filtros que realmente tienen una correlación con el que va a votar; el detectar quién va a votar y luego, cómo va a votar. Así que no les tengo la respuesta, desgraciadamente, pero el tema, como tal, me parece de absoluta relevancia.

Luego las preguntas sustantivas o lo que queríamos investigar, pues lo teníamos como una boleta. En la siguiente se ve la boleta que teníamos; fue así, tal como la ven, a colores, y se le pedía al entrevistado que cruzara su preferencia y la depositara en una urna.

Discutimos internamente la relevancia de incluir ahí un cuadrado, aunque fuera pequeño, que dijera “no les quiero decir”, o sea, que declararan que no nos querían decir. No lo pusimos para no darle libertad al entrevistado de que nos aumentara, por ese concepto, la no respuesta.

Al final muchos cancelaron la boleta; la gran mayoría no cruzó; o sea, la gran mayoría de ese 20 por ciento no cruzó la boleta. Algunos nos dejaron un recadito atento diciendo “no les quiero decir”; fueron menos, pero nos ponían por escrito “no les voy a decir”. Con frases más o menos es “no les quiero decir”.

Aquí sí hay una pregunta interesante que nos ayudó a ver ciertas cosas que la boleta en sí no revela. “En las próximas elecciones para Presidente de la República, imagine que tiene cinco votos que puede repartir”, o sea, no cerrarlo a una sola cuestión, sino a cinco probabilidades de elección. Ahí sí nos arrojó cierta evidencia sobre cuántos nos querían decir y cuántos no nos quisieron decir.

Ahí se declararon como que no saben, seis por ciento, o sea, de los 20 puntos, seis puntos eran los que no sabían, y 14 puntos son los que no nos quisieron decir. Entonces, eso nos dio ya una idea de otro tema relevante, que es el que sí no sabe, contra el que no sabe, el que no nos quiere decir.

Primero, pues, el uso de filtros. Yo creo que al final el uso de filtros es válido, siempre y cuando también encontremos filtros que sí filtren y que correlacionen con lo que uno quiere medir. Pero si se utilizan, mi propuesta es, o más bien la propuesta de Easy Nielsen es publicar los resultados con la población filtrada y sin filtrar, y especificar cuáles son los filtros que se utilizaron.

El manejo de la no respuesta a la preferencia: a mí me parece que el primer punto relevante es buscar elementos en el cuestionario y en el trabajo de campo que reduzcan la no respuesta. Este es otro tema que tenemos que investigar, porque manejarla, cualquiera que sea ese manejo, puede ser cuestionable, no importa lo preciso o lo genial que uno pueda ser como estadístico. Siempre habrá “asegures” en este tratamiento de la no respuesta.

Si se va a utilizar un tratamiento, se debe de especificar cuál fue el tratamiento usado; si se crean escenarios, se deberían de publicar todos los escenarios planteados, no nada más uno, el que más periódicos venda. Al final, el cliente aquí quiere vender periódicos, o quiere ganar nivel de audiencia (*rating*). Bueno, pues no debería de utilizarse nada más el que más nivel de audiencia (*rating*) o más pe-

riódicos venda, sino hacer un trabajo en donde seriamente se especifique que se usaron modelos para la no respuesta y cómo se hicieron estos modelos.

Y como decía el doctor De Buen, pues hablar de ese error, que implica el utilizar modelos.

La siguiente propuesta o tema que les traía es la aplicación de muestreo probabilístico, como tal. A mí sí me parece que tener un control sobre la probabilidad de selección debe de prevalecer contra cualquier otro criterio, porque si no, pareciera que estamos haciendo más magia que estadística.

Ciertamente, la no respuesta fuera de lugar puede ser menor que la no respuesta dentro de lugar. Es posible que esto sea correcto, pero si se va a hacer fuera de lugar, pues habrá que ver formas, mecanismos, en donde se mantengan los esquemas probabilísticos de muestreo.

El error muestral no es una característica única de la encuesta. A cada variable le corresponde un error estándar distinto. Lo que proponemos es que en las encuestas se especifique a qué variable corresponde el error publicado; que se diga si es el de diseño, y si se utilizó o se supuso un muestreo aleatorio simple, o si es el de a de veras del diseño que se está utilizando, y de preferencia se debe de publicar el error calculado, el de a de veras, y se deben de publicar los estimadores, no nada más puntuales, sino de intervalo (interválicos).

Que debemos de hacer también una labor misionera de que la gente aprenda a leer encuestas. Leer encuestas, desafortunadamente no es sencillo, pero debemos de hacer una labor para que la gente sepa leer una encuesta.

Al final, yo le llamo internamente "la visión de los vencidos". No vimos al ganador, pero si uno lee la encuesta que publicamos, lo que estamos diciendo es que el ejercicio no nos permite dar evidencia sobre el ganador; pero, claro, como uno se va con los estimadores puntuales, pues nuestra empresa puede ser la empresa vencida, porque no dimos al ganador.

O sea, me parece que en la estadística esto sería, o en un ambiente académico, ridículo manifestarlo de esa forma. Al final, son ejercicios estadísticos que tienen que ser tratados con esa seriedad.

Cuando el cliente publica los resultados, la agencia debe ser corresponsable en la forma en que se publican estos resultados. En otras palabras, tenemos que hacer que el cliente suscriba nuestros mismos principios metodológicos y éticos.

A Milenio le trabajamos bajo condiciones bien precisas en esto. Si no cumplían con esta condición, no íbamos a trabajar para ellos, esta fue la condición que suscribiera nuestros principios. Aprobamos previamente con el cliente la supervisión cercana de la publicación, procuramos siempre una transmisión correcta de los resultados en cualquier foro y distinguir cuando una afirmación es resultado duro de la encuesta o cuando es una interpretación. Esto me parece también crucial, cuándo es una interpretación o es una editorial, cuándo no lo es y es un resultado duro, son las propuestas que les quisiera yo transmitir y exponer, y espero puedan ser el tema de discusión en distintos foros, incluyendo la AMAI, que me parece muy, digamos que, relevante hacer que la AMAI tenga ciertos estándares con respecto a esto. ■

## ENCUESTAS PARA MILENIO DIARIO

Mayo y Junio, 2000

### AGENDA

- **Diseño metodológico**
- **Uso de filtros**
- **Propuestas de discusión**

### DISEÑO METODOLÓGICO Metodología

- **Población objetivo:**
  - ciudadanos de 18 años o más al 2 de julio
  - residentes en el territorio nacional
- **Levantamiento en campo:**
  - Encuesta 1 13 al 19 de mayo 2000
  - Encuesta 2 12 al 19 de junio 2000
- **Muestra**
  - Encuesta 1 1840 entrevistas en hogares
  - Encuesta 2 2793 entrevistas en hogares

### ● **Diseño de muestreo**

- probabilístico, no autoponderado
- Estratificado
- Selección de conglomerados en varias etapas con probabilidad proporcional al tamaño.
  - ✓ Localidades
  - ✓ AGEB's
  - ✓ manzanas
  - ✓ viviendas
  - ✓ ciudadanos

### ● **Regiones del país:**

- 1. Chiapas, Guerrero y Oaxaca
- 2. Campeche, Quinta Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán
- 3. Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala
- 4. Durango, San Luis Potosí y Zacatecas
- 5. Aguascalientes, Guanajuato y Querétaro
- 6. Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Sinaloa y Sonora
- 7. Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit

- 8. Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas
- 9. Estado de México y Distrito Federal

● Se definieron 4 estratos

- Localidades con menos de 2,500 habitantes (rurales)
- Localidades con población entre 2,501 y 15,000 habitantes
- Localidades con población entre 15,001 y 100,000 habitantes
- Localidades con más de 100,000 habitantes

ENCUESTA 1

- La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

Región	2,500 o menos	2,501 a 15,000	15,001 a 100,000	100,000 o más	Total
1	60(2)	30(1)	30(1)	60(2)	180(6)
2	30(1)	60(2)	60(2)	30(1)	180(6)
3	60(2)	30(1)	30(1)	60(2)	180(6)
4	30(1)	60(2)	60(2)	30(1)	180(6)
5	60(2)	30(1)	30(1)	60(2)	180(6)
6	30(1)	60(2)	60(2)	50(1)	200(6)
7	60(2)	30(1)	30(1)	110(3)	230(7)
8	30(1)	60(2)	60(2)	80(2)	230(7)
9	60(2)	30(1)	30(1)	160(4)	280(8)
Total	420(14)	390(13)	390(13)	640(18)	1,840(58)

Entre paréntesis se indica el número de localidades en el caso urbano y el número de municipios en el caso rural. Fuera del paréntesis se indica el número de entrevistas.

ENCUESTA 2

- La muestra quedó distribuida de la siguiente forma:

Región	2,500 o menos	2,501 a 15,000	15,001 a 100,000	100,000 o más	Total
1	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
2	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
3	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
4	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
5	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
6	60(2)	60(2)	60(2)	80(2)	260(8)
7	60(2)	60(2)	60(2)	120(3)	300(9)
8	60(2)	60(2)	60(2)	120(3)	300(9)
9	60(2)	60(2)	60(2)	160(4)	340(10)
Total	540(18)	540(18)	540(18)	880(22)	2,500(58)

Entre paréntesis se indica el número de localidades en el caso urbano y el número de municipios en el caso rural. Fuera del paréntesis se indica el número de entrevistas.

PROYECCIÓN DE LA MUESTRA

- Dado el diseño no autoponderado, para la proyección de la muestra se utilizó como Factor de expansión ( $F_y$ ), el inverso de la probabilidad de inclusión de cada elemento en la muestra en el i-ésimo nivel poblacional de la j-ésima región.

ESTIMACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL

- Para el cálculo de preferencia electoral del contendiente k, se realizó la siguiente operación:

$$r_k = \frac{\sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^9 \sum_{h=1}^{n_{i,j}} F_{i,j} x_{k,h,i,j}}{\sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^9 \sum_{h=1}^{n_{i,j}} F_{i,j} y_{h,i,j}}$$

donde  $x_{k,h,i,j} = \begin{cases} 1 & \text{si el individuo } h \text{ del estrato } i, j \text{ votó por el candidato } k \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases}$

$y_{h,i,j} = \begin{cases} 1 & \text{si el individuo } k \text{ del estrato } i, j \text{ fue entrevistado} \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases}$

CÁLCULO DEL ERROR ESTÁNDAR  
PREFERENCIA ELECTORAL. ENCUESTA 1

- Para el cálculo de los errores estándar de la preferencia electoral por partido se utilizó el PC CARP software.

	Parámetro	Error estándar	C.V.	Efecto diseño
PRI	42.9%	0.0280	0.0710	5.9203
PAN	35.8%	0.0235	0.0734	4.5762
PRD	17.4%	0.0141	0.0912	2.7541
PDS	1.7%	0.0048	0.2720	2.3937
PCD	1.2%	0.0061	0.5130	5.6760
PARM	0.6%	0.0022	0.4420	1.8018

CÁLCULO DE ERROR ESTÁNDAR  
PREFERENCIA ELECTORAL. ENCUESTA 2

- Para el cálculo de los errores estándar de la preferencia electoral por partido se utilizó el PC CARP software.

Núm. Den.	Estimate	S.E.	C.V.	DEFF	Intervalo conf.	
					Inf.	Sup.
PAN	0.3141	0.0108	0.0345	1.3526	0.2929	0.3353
PRI	0.3387	0.0127	0.0375	1.7894	0.3138	0.3636
PRD	0.1307	0.0133	0.1019	3.8841	0.1046	0.1568
PARM	0.0019	0.0005	0.2677	0.3399	0.0009	0.0029
PDS	0.0205	0.0048	0.2327	2.8179	0.0111	0.0298
PCD	0.0040	0.0009	0.2314	0.5369	0.0022	0.0058
Nulo	0.1901	0.0089	0.0468	1.2810	0.1726	0.2075

USO DE FILTROS  
Cuestionario

- Las preguntas se muestran en el orden en que fueron aplicadas.
- El cuestionario se aplicó completo a todos los ciudadanos de 18 años o más.
- Los filtros se aplicaron en el procesamiento de datos.

Preguntas filtro aplicadas

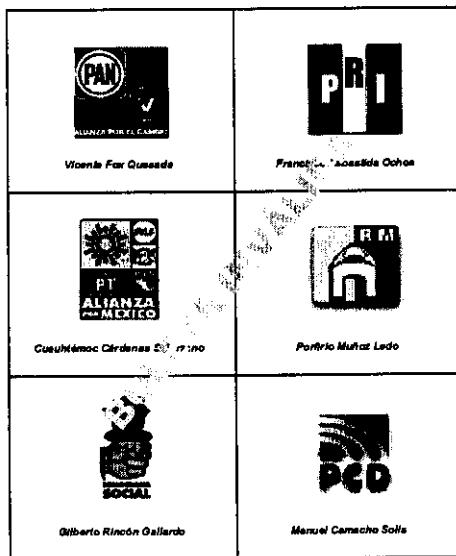
- ¿Cuántas personas, de las que viven en esta casa, tienen 18 años o más o los van a cumplir antes de julio de este año?
- ¿De estas personas que acaba de contar quién es la siguiente en cumplir años?  
✓ ¿Se encuentra esa persona en la casa en este momento? (Se realizaron hasta 2 revisitas).

- ¿Cuenta usted con credencial de elector para votar?
- Como usted sabe en julio de este año habrá elecciones para Presidente de la República. Se que todavía falta algo de tiempo para esa fecha, pero dígame, qué tan probable es que usted vaya a votar en las elecciones presidenciales: totalmente probable, bastante probable, medio probable, poco probable o nada probable?
- ¿Qué tanto le interesa participar en las próximas elecciones para Presidente de la República: *totalmente interesado, bastante interesado, poco interesado o nada interesado?*

### Preguntas sustantivas

- A continuación le voy a dar una boleta parecida a la que le van a dar en las próximas elecciones para Presidente de la República. Si las elecciones fueran el día de hoy, ¿por cuál partido o candidato votaría? Le pido que su voto lo registre sin que yo lo vea y una vez que haya terminado doble la boleta en cuatro y deposítela en esta urna.

BOLETA ELECTORAL SÓLO PARA USO EXCLUSIVO DE ESTA INVESTIGACIÓN - SIN VALIDEZ OFICIAL



- ¿Qué tan seguro está usted de que en las próximas elecciones para Presidente de la República va a votar por lo mismo que acaba de votar: totalmente seguro, bastante seguro, poco seguro o nada seguro?
- En las próximas elecciones para Presidente de la República imagine que tiene cinco votos que puede repartir, ya sea en un sólo candidato, en varios o en la abstención. ¿Cómo repartiría usted esos cinco votos? (*Mostrar tarjeta circular y verificar que los puntos sumen 5*).
- ¿Con qué partido político usted diría que se identifica mejor?
- ¿Existe algún partido político por el cuál usted no votaría?
  - ✓ Si respondía que SÍ entonces se preguntaba ¿Cuál?

### Preguntas demográficas

- ¿Cuántos años tiene usted?
- (*Registrar sexo por observación*).
- ¿Cuál es su último grado de educación?
- ¿Puede usted comunicarse en alguna lengua indígena?
- (*Registrar por observación el nivel socioeconómico apreciativo del hogar*).

### Propuestas de discusión

- El uso de filtros es una herramienta de análisis. Sin embargo se propone.
  - ✓ Publicar resultados con población filtrada y sin filtrar
  - ✓ Especificar el filtro usado

El manejo de la no-respuesta a la preferencia de un candidato (indecisos, rechazos, boletas anuladas) es otra herramienta de análisis. Se propone

- ✓ Buscar elementos en los cuestionarios y en el trabajo de campo para reducir la no respuesta
- ✓ Publicar la distribución del voto incluyendo este rubro
- ✓ Especificar si se hizo y cómo se hizo una asignación de respuesta a este grupo.
- La aplicación de muestreo probabilístico permite medir el error muestral de cada parámetro estimado.
- El error muestral no es una característica única de la encuesta. A cada variable estimada le corresponde un error muestral.
  - ✓ Especificar a qué variable corresponde el error publicado.
  - ✓ Especificar si el error publicado es un parámetro de diseño para calcular el tamaño de la muestra.
  - ✓ Publicar resultados interválicos para las estimaciones prioritarias o sustantivas.
  - ✓ Especificar si el método para calcular el error muestral toma en cuenta el diseño de muestreo o supone un m.a.s.
- Cuando el cliente publica los resultados la Agencia debe ser co-responsable de la forma en que se publica la encuesta. Se recomienda:
  - ✓ Acordar previamente con el cliente una supervisión cercana de la publicación de cuadros, gráficas, notas metodológicas, pies de cuadro, etc.
  - ✓ Procurar siempre una transmisión correcta de los resultados en cualquier foro.
  - ✓ Distinguir cuándo una afirmación es el resultado duro de una encuesta y cuándo es una interpretación.



# PONENCIAS MESA 1

.....

Ana Cristina Covarrubias Traslosheros

COVARRUBIAS Y ASOCIADOS, S.C.

**U**n objetivo central del Taller de Sumiya fue el de analizar y discutir franca y abiertamente, en un clima de diálogo y confianza, qué fue lo que pasó con las encuestas preelectorales ya que, retomando las palabras del Maestro Woldenberg, "... en el trayecto previo al 2 de julio nos dieron un retrato grueso, a brochazos de la competencia electoral....dejaron de ser instrumentos de confianza... y al contrario, muchas encuestas pasaron a formar parte del conflicto político e incluso se degradaron para ser un mero instrumento de propaganda..."

A la Mesa 1 fueron invitados seis expositores que tenían en común: el haber publicado sus estimaciones de las elecciones presidenciales de 2000 y el haberlo hecho con una periodicidad por lo menos mensual. Todas eran agencias reconocidas por su experiencia en el campo de la investigación de mercados y/o de la opinión pública. Este perfil de expositores marcó a esta mesa como una de las más relevantes para cumplir con el objetivo central del Taller.

El análisis que presento aquí se refiere precisamente a los trabajos de los expositores de la Mesa 1 y hace referencia a los datos que publicaron durante el proceso electoral. Inicio presentando una gráfica que ilustra el escenario de encuestas que fue presentado a la opinión pública entre los meses de enero y junio de 2000. Con el propósito de hacer comparables las diferentes encuestas, los datos que se muestran en el gráfico están reportados conforme a la fecha de levantamiento y las estimaciones están ajustadas eliminando la "no respuesta". Cabe aclarar que las encuestas levantadas en diciembre de 1999 fueron publicadas en enero de 2000.

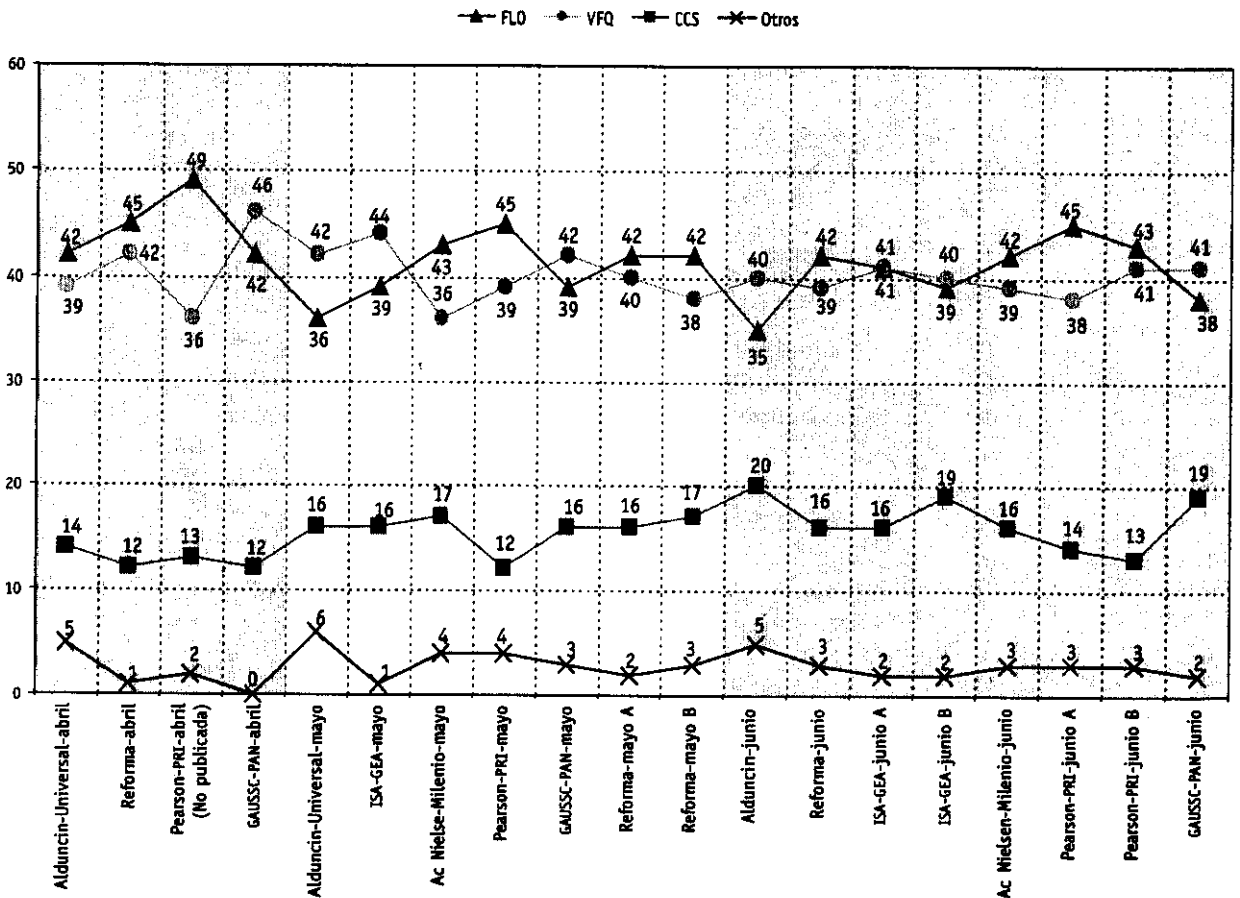
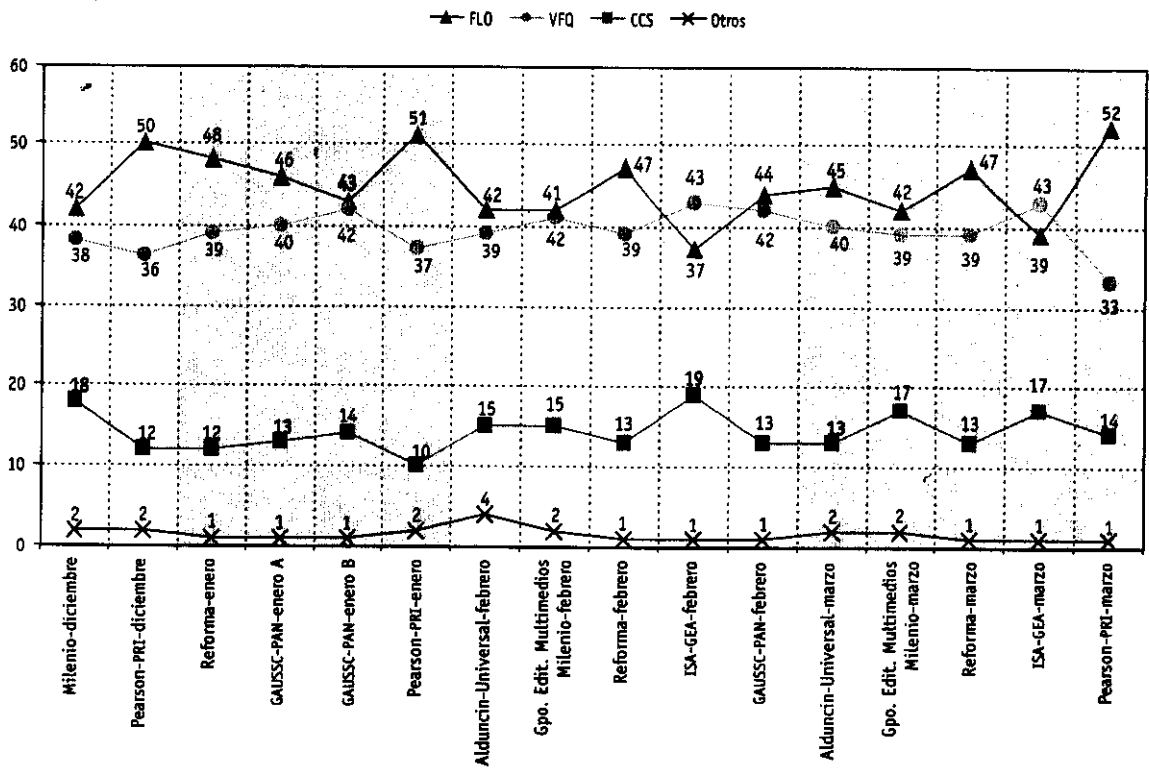
Como puede observarse: las dos encuestas levantadas en diciembre de 1999 reportan ventaja para FLO. Milenio reporta ventaja de cuatro puntos sobre VFQ en tanto que Pearson/PRI estimaba esta ventaja en 16 puntos.

En el mes de enero todas las encuestas traen a FLO con ventaja sobre VFQ. El rango de la ventaja oscila entre 14 puntos porcentuales (diferencia máxima encontrada por Pearson-PRI) y 1 por ciento (diferencia mínima hallada por GAUSSC/PAN).

En febrero todas las encuestas, salvo ISA/GEA, reportan ventaja de FLO sobre VFQ. El rango de la ventaja se mueve entre 8 por ciento (valor máximo reportado por Reforma) y 1 y 2 por ciento (valores mínimos detectados respectivamente por Grupo Editorial Multimédios/Milenio y GAUSSC/PAN).

En marzo todas las encuestas, salvo ISA/GEA, siguen reportando ventaja de FLO sobre VFQ. El rango de la diferencia se mueve entre 19 por ciento (valor máximo reportado por Pearson/PRI) y 3 por ciento (Valor mínimo hallado por Grupo Editorial Multimédios/Milenio).

En abril todas las encuestas reportan ventaja de FLO, salvo el caso de GAUSSC/PAN que encuentra ya un cruzamiento de la tendencia y reporta ventaja para VFQ



de 4 por ciento. El rango de la ventaja reportada para FLO por las otras encuestas oscila entre 13 por ciento (valor máximo reportado por Pearson/PRI) y 3 por ciento (valor mínimo hallado por Reforma y Alduncin).

En mayo, tres encuestas reportan ventaja de VFQ y otras cuatro reportan ventaja de FLO.

Quienes encuentran ventaja de FVQ (Alduncin/Universal, ISA/GEA y GAUSSC/PAN) reportan todas, diferencias de entre 3 y 6 por ciento entre ambos candidatos. Quienes hallan ventaja de FLO reportan diferencias heterogéneas: 2 por ciento Reforma A, 4 por ciento Reforma B, 6 por ciento Pearson/PRI y 7 por ciento AC Nielsen/Milenio.

Finalmente, en junio se encuentra que cuatro de las encuestas reportan ventaja de FLO; tres reportan ventaja de VFQ y una reporta iguales proporciones. Los que encuentran diferencias a favor de VFQ (Alduncin/ Universal, GAUSSC/PAN e ISA/GEA "B") las reportan de 5, 3 y 1 puntos porcentuales, diferencias que podrían no ser significativas dependiendo de los respectivos diseños muestrales. Los que por su parte hallan diferencias a favor de FLO (Reforma, AC Nielsen y Pearson A y B) reportan diferencias de 2 a 7 puntos porcentuales. Salvo la encuesta Pearson A, todas las publicadas encuentran diferencias que presumiblemente son estadísticamente no significativas.

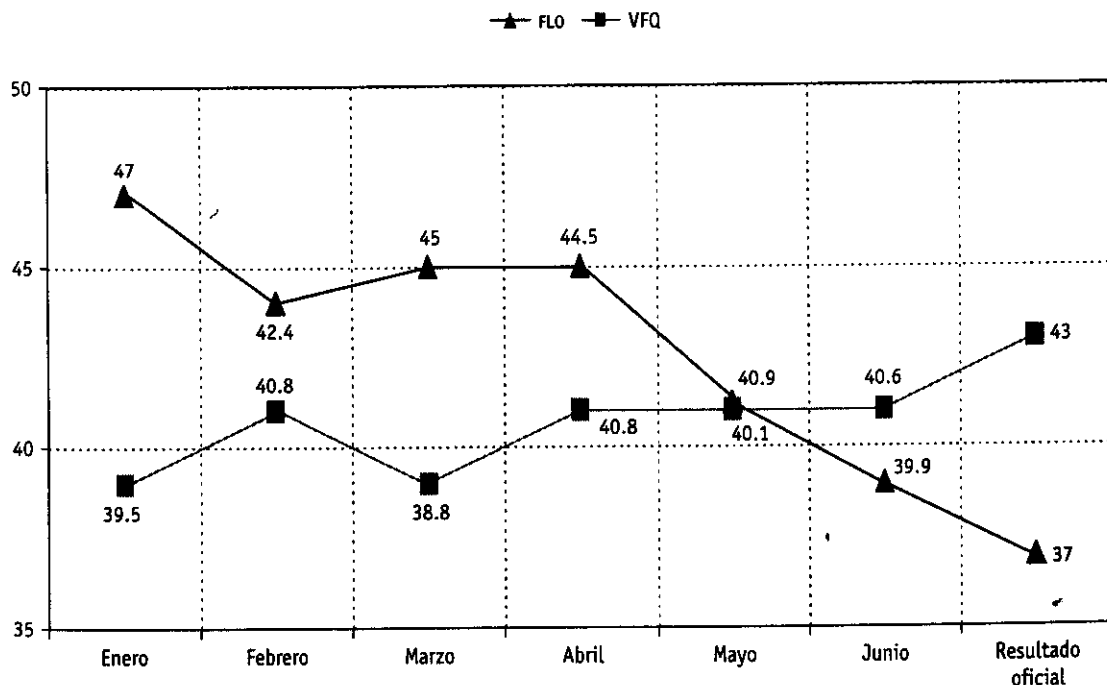
La historia que a posteriori nos relata esta gráfica es que en la contienda por la Presidencia de la República del año 2000, FLO empezó teniendo ventaja sobre VFQ, la cual fue perdiendo y, presumiblemente, en el mes de mayo, después de los debates, VFQ logra colocarse en

igual posición que la de su contrincante. A partir de este momento y hasta la última fecha permitida de publicación de encuestas, esta situación se mantuvo en la que la mayoría de las diferencias encontradas, presumiblemente, no eran estadísticamente significativas.

El siguiente gráfico ilustra los valores medios derivados de las cifras reportadas por las distintas agencias en los diferentes momentos. El uso de valores medios para combinar las estimaciones de las encuestas de cada mes se justifica con base en tres razones: a) la independencia entre las muestras utilizadas en cada encuesta, b) los tamaños de muestra de las diferentes encuestas son en general similares y c) se presupone que la eficiencia de los diseños muestrales utilizados por cada agencia es aproximadamente la misma.

Esta gráfica nos habla de la tendencia descendente que siguió la campaña de FLO que registra una pérdida media de 6.4 puntos a la fecha de última publicación de encuestas y de 10 puntos porcentuales con respecto a los resultados finales. La gráfica también ilustra que VFQ se mantiene hasta la fecha de última publicación de encuestas con proporciones que oscilan de 39 a 41 por ciento y finalmente registra un aumento de 3.5 por ciento de la media de la medición de enero en relación al resultado del 2 de julio.

Esta gráfica nos relata varias historias. Una que VFQ obtiene la victoria gracias al descenso de la campaña de FLO. Dos que en el mes de mayo, después de los debates, el descenso de FLO es más evidente y tres que el cruce de tendencias, que unas encuestas detectaron y otras no, no se registró en el promedio de las encuestas.



Lo antes descrito conduce a las siguientes observaciones:

Que es insoslayable el hecho de que las encuestas preelectorales publicadas a lo largo del proceso electoral ofrecieron a la sociedad información discordante que no contribuyó a conocer las tendencias reales electorales y produjo descrédito hacia los ejercicios demotécnicos. La Gráfica 1, que contiene las cifras reportadas por las agencias que hicieron series de encuestas y que tienen años de experiencia en la investigación de mercados o de la opinión pública, muestra las discordancias. Y la realidad fue aún más confusa ya que no sólo se publicaron las encuestas de estas empresas sino también las de algunas entidades fantasma o de otras francamente inexpertas.

Que también resulta insoslayable el que, en los meses de enero a abril, las contradicciones más notorias se dieron entre las agencias que trabajaban directamente para los partidos políticos. En este periodo Pearson/PRI reportó siempre la máxima ventaja de FLO sobre VFQ, ventaja que era significativamente mayor a la reportada por las demás agencias. Por su parte GAUSSC/PAN, en enero y febrero tendió a minimizar la ventaja de FLO. Además de que GAUSSC/PAN es la única agencia que encuentra ventaja de VFQ desde el mes de abril.

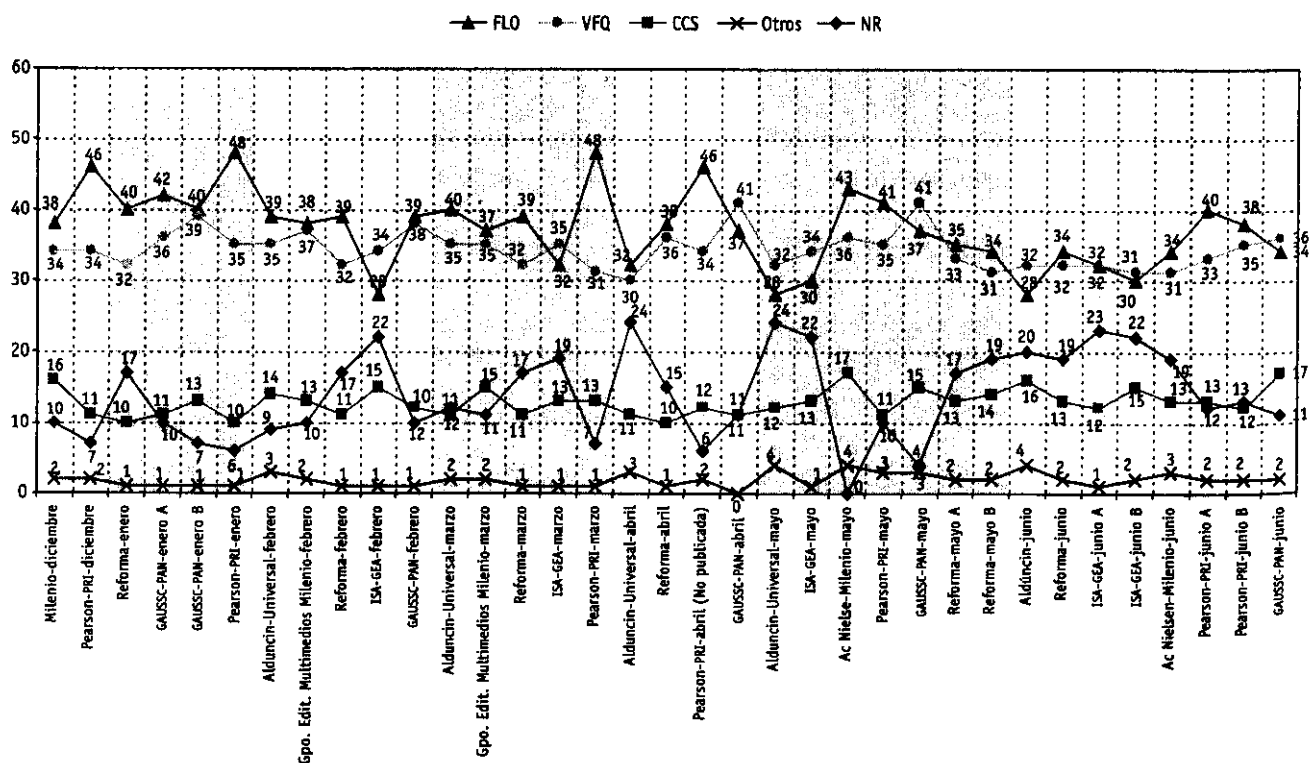
Y que hay asimismo discordancias, en los meses de mayo y junio, en los reportes de las distintas encuestas ya que unas agencias reportan el cruce de las tendencias de votación y otras no. Ya en la última publicación, las

encuestas siguen mostrando un panorama discordante en tanto que Reforma, AC Nielsen y Pearson/PRI no reportan cruzamiento de las tendencias y siguen viendo ventaja de FLO, mientras que GAUSSC/PAN, ISA-GEA y Aldúncin sí reportan cruzamiento y por tanto ventaja de VFQ. En el caso específico de ISA/GEA que tiene dos mediciones en junio, en la primera observa empate entre FLO y VFQ y en la segunda reporta ventaja de VFQ.

¿Qué factores contribuyen a explicar estas discordancias? Es la opinión de la autora que los factores explicativos son multivariados y tienen que ver con el contexto sociopolítico y también con aspectos metodológicos.

Del contexto sociopolítico: Un hecho que diferenció a esta contienda electoral de otras pasadas, es el tipo de campañas que hicieron los contendientes en las cuales las encuestas fueron usadas como piezas de artillería para desmoralizar a las contrapartes y también como instrumentos de propaganda. Baste recordar las encuestas apócrifas de Ceprocep, Technomanagment y otras que vinieron a engrosar el arsenal del PRI.

Por otra parte, las encuestas trataron de "fotografiar" un proceso electoral muy difícil, en el que estaba en juego el cambio del partido que había estado en el poder por las últimas siete décadas y en el que el electorado debía decidir sobre la conveniencia o inconveniencia del cambio. En apoyo de esta proposición es interesante el análisis de la "no respuesta" que puede hacerse en la gráfica siguiente:





Como puede observarse en este proceso electoral la proporción de "no respuesta" fue mayor al final que al principio. La media en el mes de junio fue de 17.4 por ciento y en los meses de enero 10 por ciento y febrero 13.6 por ciento. Cabe formular la hipótesis de que este incremento de la "no respuesta", pese a que las agencias investigadoras estaban aplicando "filtros" lo cual en teoría la debe reducir, esté asociado a un aumento de la auténtica indecisión. El aumento de la "no respuesta" incrementa la varianza de las estimaciones, dificultando la construcción de estimadores precisos.

Sobre aspectos metodológicos: quizá el aspecto metodológico que más ruido provocó en el proceso electoral de 2000 fue el asunto de los llamados "filtros" que la mayoría de las agencias adoptaron pero que instrumentaron en formas diferentes y que en la mayoría de los casos no transparentaron en sus publicaciones. El mismo análisis de la "no respuesta" es relevante a esta materia. Llama la atención no sólo el aumento de la "no respuesta" en las mediciones finales sino también los altibajos que se observan en la serie de tiempo que son muy pronunciados aún entre encuestas realizadas en intervalos cortos de tiempo.

Este fenómeno podría estar parcialmente explicado por la variedad de los "filtrajes" utilizados que produce a su vez variedad en los niveles de la "no respuesta".

Un factor metodológico que podría incidir en los altibajos de la "no respuesta" es el control de campo. No sabemos con claridad qué controles emplearon las diferentes agencias investigadoras, lo que sí sabemos es que son distintos y que hay unos más estrictos que otros. Esas diferencias pueden ser cruciales en la calidad del proceso de recolección de la información.

Por último, es importante la reflexión de que en la generación de estimadores de la intención de voto el investigador no solamente contienda con el problema de los que no dan respuesta a la pregunta sobre intención de voto, que tradicionalmente se han denominado como grupo de "indecisos", sino que también se enfrenta a la indecisión de los "decisos", esto es de los ciudadanos que sí responden a la pregunta sobre intención de voto, pero que después cambian de opinión y acaban votando de una manera diferente a la declarada en la encuesta. Cabe plantear la hipótesis de que en este proceso la volatilidad del voto debe haber aumentado. ■

## DEBATE



**EDMUNDO BERUMEN:** Iniciamos ahora, en esta ronda de primeros expositores, una serie de comentarios y preguntas.

**ENRIQUE DE ALBA:** Yo quisiera recalcar varios aspectos que me han llamado la atención en estas presentaciones. Primero, con relación al uso de modelos. En la presentación de Reforma, de Alejandro Moreno, se hizo referencia a un modelo *logist* para el análisis de las variables que inciden sobre la probabilidad de voto.

Sin embargo, el modelo se hizo *a posteriori*. Yo creo que la calidad de los resultados que se obtuvieron, claramente indican la conveniencia de llevar a cabo más de este tipo de estudios, durante el desarrollo de las elecciones, los conteos, etcétera.

Otro aspecto que me llama la atención es la importancia y bueno –todos están conscientes de eso– la importancia que tuvieron, en el resultado final, los llamados “indecisos” o como quieran llamarles. Está claro que en algunos de los resultados que se publicaron se repartían proporcionalmente aumentando o enfatizando simplemente lo que ya estaba ahí, y cuando se aplicaron algunos métodos para asignarlos, de acuerdo con algunos otros criterios, se dieron más los resultados que a fin de cuentas se obtuvieron.

Entonces, yo creo que es importante también incluir en estos ejercicios, algunos procedimientos para la asignación de los indecisos, de manera que sean más acordes con lo que realmente está pasando.

Yo entiendo que es difícil, porque en el tipo de ejercicios que se están manejando es muy difícil, como ya se ha mencionado, identificar a la población objetivo; o sea, sabemos que son los que a fin de cuentas van a votar, pero para incluirlos en el proceso, y que se identifiquen y que respondan y demás, pues es difícil, pero ahí está uno de los retos para estos ejercicios estadísticos.

Otro aspecto que me ha llamado la atención es que en algunas de las encuestas se tenían varios objetivos, aparte del de medir las preferencias electorales. Yo creo que el llevar a cabo encuestas de objetivos múltiples, como es bien sabido, puede enturbiar o a lo mejor opacar, ocultar, los resultados o influir los resultados de uno de los objetivos específicos.

Concretamente, al incluir la intención de voto, como parte de otras encuestas, como se ha mencionado, pues por un lado puede alargar el cuestionario; por otro lado, puede entonces tener una influencia mayor en la ubicación de las preguntas, dentro del cuestionario; puede alargar la entrevista, si el cuestionario se alarga mucho.

Entonces, esto a la vez hace difícil la comparación de unas encuestas con otras. Yo creo que, en algún momento dado, en las metodologías para las encuestas preelectorales, a lo mejor habría que pensar en que sean de objetivo único. Yo sé que esto implica costos y demás, pero en fin, yo creo que influye.

Otro aspecto importante y, bueno, todos los que están aquí tienen muchísima más experiencia que yo en esto, pero el hecho de usar muestras por cuotas, sabemos que reduce, si no es que elimina completamente la validez de los enunciados probabilísticos de los resultados.

Entonces, también estas comparaciones a veces pueden ser muy irreales, en ese sentido, que lo que se está midiendo no es lo que se dice que se está midiendo.

**EDMUNDO BERUMEN:** Yo quisiera centrar mis comentarios en las ausencias de lo que acabamos de escuchar, más que en lo que escuchamos.

Me llama la atención que, a excepción -creo- que de Alejandro Moreno, donde nos dio algunas tasas de no respuesta, que oscilaban entre el 25 y el 32 por ciento, no respuesta total, ya nos está acercando a países ya no en desarrollo, sino desarrollados. Era común en México tener tasas de no respuesta menores a dos dígitos y que hoy día nos estén diciendo que las tasas de no respuesta son de dos dígitos y, de esos números dígitos, para mí es preocupante.

No escuchamos estas cifras o se me escaparon a mí del resto de los expositores. Es una de las ausencias.

El tratamiento y el tema de la sustitución. Creo que faltó detalle en esto y de las cosas que rescato, se presentaron, está: uno, sustituyo la vivienda. Así, a ciegas; hubo rechazo en la vivienda. Otro, toco la puerta de la vivienda, pero busco cuotas y si tengo rechazo de la cuota buscada en la vivienda, busco esa cuota en otra vivienda. Son radicalmente distintos uno y otro esquema de sustitución.

Hay algunos que quizás usaron otros -sería interesante conocerlos. Se habla de uso de modelos y, sin embargo, nadie habla de un ingrediente adicional que entra en el instante mismo en que se usa un modelo, y es un término de error, que no tiene nada que ver con el error del muestreo.

En el momento en que uno decide utilizar un modelo en un proceso de estimación, y esto es válido, y hay toda una escuela y toda una teoría para esto, incluso se le conoce genéricamente con el nombre de "inferencia para superpoblaciones". Uno, como investigador que propone un modelo, para estimar un parámetro, tiene la obligación de tipificar ese modelo y, en particular, el término de error. Qué distribución se le adjudica a ese término de error, qué variabilidad y cómo medir la variabilidad adicional, ya no al error del muestreo, sino al modelo utilizado.

Ninguno de los que dijeron que utilizaron modelos tocó el tema de los supuestos del término de error en los modelos que utilizaron, y creo que es algo que merece ser discutido.

El término de ponderación utilizada en el proceso de estimación, creo que nos lleva a un concepto mucho más

amplio de discusión, que yo creo que merece retomarse en el resto de las sesiones, que es el tema más general de post estratificación, que es una técnica hartamente conocida y que tiene sus asegunes y que vale la pena que nos metamos a discutirlos con mayor profundidad.

Yo no sé si uno de los comentarios o un par de comentarios que hizo Manuel Barberena, hay que también retomarlos. Yo no sé si es bueno o es malo que hayan coincidido las sesiones de grupo con los resultados cuantitativos. Habla bien o habla mal de las sesiones de grupo o están siendo mal usadas en ver que coinciden y/o que se derivan resultados que se llaman coincidentes con los resultados provenientes de las encuestas que levantaron.

Otro de los comentarios que hizo que yo creo que habrá que explicarlo, porque sino deja una idea equivocada. Si mal no recuerdo mencionó en una de sus láminas, que usó las listas nominales que son públicas, éstas no son públicas, las listas nominales. Pienso que lo que quiso decir es que usó las estadísticas del padrón que es una cosa distinta.

Aunque sí es cierto que los partidos políticos tienen acceso a las listas nominales y también es cierto que se puede usar información a ese nivel de detalle para refinar estimaciones, pero nos mete al tema de para qué están siendo usadas las listas nominales.

**ROY CAMPOS:** En la escala del uno al 10 que usaste para hablar de votos seguros ¿cuáles son los seguros? Manuel Barberena usa del siete al 10, la tuya, por favor, probables, ocho, o sea un punto menos que Manuel Barberena.

Otra pregunta que, en la forma de selección, la distribución de los cuestionarios Ricardo, tú estabas trabajando sobre población mayor de 18 años, si entendía bien, y después de eso tomas población, los que tienen credencial y los que no y a la hora de distribuir te vas a secciones.

O sea, la distribución de tus cuestionarios del sorteo de distritos y cuántos cuestionarios haces en dónde, en función no a población, sino a padrón.

Y tú, como seguro estás llamando a los que te dijeron nada más: seguramente sí voy a votar, o sea el probablemente lo ignoras. Esas eran las preguntas.

**ENRIQUE DE ALBA:** Bien, pues realmente muchos de los comentarios ya fueron hechos en las anteriores y se repiten, nada más quisiera pues sí enfatizar lo que ya dije antes y que de alguna manera se confirma con las presentaciones actuales sobre la conveniencia de utilizar modelos, específicamente en la presentación de Nielsen, pues me gustó mucho el hecho de que se enfatice el muestreo probabilístico y se muestre que se puede utilizar el muestreo probabilístico a la vez que se controlan

todas las variables que se quiere o es necesario hacerlo, esto mediante el uso de estratos, los conglomerados, etc.

Y recalcar la necesidad entonces de los modelos para asignar o ver qué se hace con los indecisos o no respuestas, o como se les vaya a llamar.

En el caso de Reforma, veíamos que mediante el modelo LOGIT se podrían asignar, no debe ser el único, hay otros y yo creo que sí hay que enfatizar esto, o sea, hacerlo formal, porque además los modelos como ya también se dijo, permiten controlar o manejar, modelar explícitamente los posibles errores que puedan traer cada una de las variables que se incorporan.

En el caso de Enrique Alduncin, el hecho de hacer las encuestas en la calle, creo que complica el manejo de las variables socioeconómicas o de otro tipo que a su vez pudieran utilizarse en estos modelos, sin embargo, habrá que ver si también ahí se puede hacer algo.

También, no se ha mencionado aquí –supongo que en algún caso se usaron y si no también se podría considerar– la utilización del muestreo rotante, o sea, los paneles donde se van reemplazando parte del panel y metiendo nuevos para ir monitoreando qué es lo que va pasando con estas preferencias electorales.

**ROY CAMPOS:** Para la Presidencia de Labastida todas reportan que cae Labastida, todos reportan que cae en el año, excepto GEA, y la siguiente gráfica es la más evidente, esta es la evolución de la preferencia por Fox; por Labastida, en cinco series que tengo, todas las series detectaron caída de Labastida de siete puntos, incluyendo la de Pearson que estaba trabajando para el PRI, todas. La única que no reporta esa caída es GEA.

Entonces todas, a partir de mayo, ya tienen la caída de Labastida. Esto, bueno me hace ver que a nivel de series, todas las series identificaron que Labastida cayó siete puntos, Fox subió en el año de dos a cuatro puntos y eso fue lo que hizo Labastida ¿cuándo? ¿a partir de cuándo? Mi conclusión es que a partir de mayo Fox ya debería ir arriba, cuando ya todas ubican la caída de siete puntos.

**ROLANDO OCAMPO:** Uno, Enrique Alduncin hiciste un comentario que las encuestadoras panistas y priístas siempre se sesgaron. Cuando revisé mi serie de datos, primero yo quisiera decir que mi trabajo es profesional, es decir, no está sesgado y, en segundo lugar, en todo caso las que se sesgaron fueron las tuyas hacia Fox. No, en todo caso sería esa la estimación. Nada más ese era el comentario, en primer lugar.

Después hiciste algún comentario de lo de Chiapas. Bueno, la última encuesta que se publicó de nosotros fue de 56 por ciento para la Alianza por Chiapas y el resultado fue de 53 por ciento, aproximadamente, con

el tres o cuatro por ciento de error que tenía la estimación pues estuvo bien. Donde sí fallamos fue en la estimación del PRI, pero se observaron otro tipo de estrategias para el estado de Chiapas para el porcentaje del PRI.

Y nada más comentarte en la parte de las encuestas de Reforma, Alejandro Moreno, yo no sé y yo quisiera dejarlo aquí como una cuestión a la mesa, que hay un punto que no hemos tocado, y que yo diría que es el principal problema, yo no me iría a la parte estadística ni metodológica, sino al problema de campo.

Tenemos un problema de campo en muchas de las encuestas que no hemos podido medir o nuestros entrevistadores no fueron capaces de hacerlo y, en particular, yo quisiera mencionarte en Reforma que el entregar el operativo de campo, los diferentes periódicos en la provincia, creo que no es lo adecuado por el solo hecho que no tienen un control estricto como el que tienes tú en Reforma. Te pondría dos ejemplos: el AM de León y El Debate de Sinaloa que si utilizaste la estructura de campo. El Debate de Sinaloa en tu ejercicio en Nayarit, ese es el motivo por el cual falló tu encuesta, ese sería un juicio de Rolando Ocampo.

**JUAN MOLINAR:** Creo que hay muchas cosas muy interesantes que se han venido planteando, yo me voy a enfocar en una y es la cuestión de los filtros y la asignación, el uso de modelos.

Se habla mucho aquí de la asignación de los indecisos o de los reservados. Voy a usar el término que propone Enrique, y en realidad el problema es el de la asignación de los indecisos; si estamos suponiendo en números redondos que el promedio de las encuestas traía 20 puntos de reservados, y la participación observada fue de 65, pues ahí ya tenemos cuando menos 15 por ciento de indecisos que descontar para poder obtener realmente algo sensato aproximado a la población objetivo, y eso suponiendo que todo el conjunto, que el 20 por ciento de los reservados se abstiene de votar que es una hipótesis relativamente razonable.

Pero supongamos que de ese 20 por ciento, la mitad o sea 10 puntos sí participan, o sea, tenemos un problema doble, cómo asignar 10 puntos de reservados y en este caso ya 25, no 15, sino 25 de indecisos, porque ese 10 menos 65 son 55.

Entonces, yo creo que ya no puede seguir el gremio en sus publicaciones prescindiendo del uso de filtros. No podemos esperar que la participación electoral en México que es libre, no es compulsiva y no se sanciona como en otros países, siga subiendo indefinidamente, más allá de los parámetros esperables en ese tipo de democracia.

De hecho, la participación del 65 por ciento es de las más altas en los sistemas democráticos, donde el voto es

libre, se está –ya incluso– aproximando a la banda de la participación en democracia con voto compulsivo.

Entonces, mi conclusión de todo lo que estuve escuchando sobre esa parte es, hay muchas cosas muy interesantes, sin duda para perfeccionar el desarrollo de la industria que está avanzando a pasos muy acelerados, pero para informar al público y a sus consumidores directos, creo que se tienen ya que animar definitivamente a utilizar filtros, por lo tanto, a centrarse en la cuestión de cuál de esos filtros es el que les va a funcionar mejor.

**MANUEL BARBERENA:** Nada más una primera aclaración. Con respecto a las sesiones de grupo me decía Edmundo Berumen que aclarara. Cuando dije yo que concordaba más o menos con los resultados, no quise decir que se hizo algo cuantitativo a nivel cualitativo, sino que simplemente los moderadores detectaban este crecimiento de Fox y caída de Labastida.

Un segundo punto al señor Enrique Alduncin. Mire, poner en duda mi honestidad va más allá de cualquier cosa. Ese famoso sesgo que usted habla de partidos políticos, vamos más allá de una elección electoral, ahorita tenemos 42 estudios de campo nada más para decirle, toda la gente que no confía en nosotros.

Entonces, ese famoso sesgo porque trabajaba para el PRI o sesgo porque trabajaba para el PRD o para el PAN, yo sí confío en mis colegas y sí creo que ese sesgo no existió. A nosotros lo que nos salió fue lo que se publicó, repito, nunca recibimos presión del partido para los que trabajábamos.

Hubo discusiones, sí, con respecto a la publicación anual de algunos datos. Nosotros traíamos en puntos 17 en marzo, una de 12 puntos que salió después que no se publicó, aunque se publicó a medias, que la mencionó el candidato en una entrevista, después nos fuimos a seis puntos, después a tres, esa caída de cerca de 14, 13 puntos fuimos la única empresa que la detectó, como piedra venía la caída, y éramos la agencia del PRI la que habló de esta tremenda caída por parte del PRI.

Por otro lado, con respecto al artículo del Greenberg, háblele a Greenberg. Yo también estoy de acuerdo que no vale crear modelos *a posteriori*. Ellos dicen que le dijeron a Labastida que iba perder, digo, yo no sé, no vi al candidato en toda la campaña.

Y, por otro lado, el hecho de “pegarle” a una encuesta, aunque se usen métodos heterodoxos, no quiere decir que esté bien hecho lo que se hizo.

Yo también pude levantar una encuesta en la escuela de mis hijos y salió que ganó Fox 42-36 y ya por eso estuvo bien lo que hice. O sea, no por “pegarle”, también hay burros que tocan flautas. O sea, no por levantar yo nada más en una colonia y que “pegue” el resultado quiere decir que se hizo bien.

Es más, se puede tener un resultado contrario al que resultó y se hicieron las cosas bien. Entonces, eso es muy importante mencionarlo.

**RUBÉN HERNÁNDEZ:** Sí, son dos puntos muy breves. Uno de ellos me parece más importante, tal vez, en lo próximo, el hecho de que en una reunión donde sí debería yo esperar un poquito más de estadística, no estemos hablando en todos los casos de intervalos de confianza.

Pareciera que la estadística se equivocó por quién sabe qué razones. Pero si uno ve esas famosas series, no vi una sola donde incluyera los intervalos de confianza; y no es cierto que nos equivocamos, lo que pasa es que no supimos leer, como mencionaba Eduardo Ragasol.

No es, pues, ya tiempo de –también decía él– enseñar a la gente que esto lleva un riesgo. Pareciera que el 53.8 es el número y no otro, y es mi número, y por eso es bueno. Creo que deberíamos reflexionar en ese asunto. Eso por un lado.

Por otro, las famosas vitrinas metodológicas, y ya se habló hace un rato ese asunto, no son suficientes. Nunca lo han sido pero ahora más que nunca no lo siguen siendo. Pareciera en ocasiones que está hecho para poder decir cualquier cosa sin decir nada.

Una cuestión muy importante, yo creo que sería avanzar en el sentido siguiente, sobre todo en estos casos tan intrincados y tan complejos. Avanzamos la idea de poder poner a la disposición de aquellos que estuvieran interesados, en nuestras páginas Web, las bases de datos. Hablamos mucho de que nuestra muestra es o no es probabilística, pero nunca las vemos.

Qué tal si vamos poniendo en una página InterWeb para todo aquel que sí se interese, verdad, hasta como un ejercicio para mis estudiantes de allá del ITAM, sus bases. Serían ampliamente reconocidos aquellos de ustedes que lo hicieran y yo creo que el IFE mismo dentro de las reglas que ha puesto ha sido o se ha visto que es muy complaciente.

Cualquiera propone tres, cuatro renglones, dice que es aleatorio simple o es aleatorio intrincado, con cuatro o cinco etapas muy complicadas hace ejercicios con no sé qué paquete y cumple con el expediente y sale con su sello de que es bueno.

La verdad es que las calidades de esas propuestas, con todo y que seamos sólo técnicos muestristas, aprendices acá, esto deja mucho que desear.

La verdad es que queremos ver esas muestras, pero en serio, para aquellos que nos dedicamos en nuestros tiempos libres a analizar eso y no sólo la ventana, queremos entrar.

**MIGUEL BASÁÑEZ:** Para Alejandro Moreno una pregunta que comenté en el receso, que se refiere a los

ponderadores y a los filtros que –creo– en esta reunión está quedando de relieve su importancia.

Si mal no recuerdo hubo comentarios en torno a la variable de ponderación que usó el Reforma para educación y, particularmente, porque regresa con los ponderadores al perfil poblacional, como baja educación, beneficia o beneficiaba a Labastida y no es el perfil poblacional el que votó, le sugería a Alejandro Moreno, ¿qué ocurre si corrige educación pero al perfil del electorado? Y, segundo, ¿filtrando por electores probables?

Creo que allí tenemos que explorar cuál es el impacto que esta combinación de ponderador y de filtro genera en las bases que ya tenemos de la elección de 2000.

Para Manuel Barberena y para Nielsen, me quedé pensando si hay control de los entrevistadores por color del entrevistado.

En unos estudios que vamos a publicar próximamente Pablo Parás y yo, hay un efecto importante del color del entrevistado, por una parte, y del color del entrevistador.

Entonces, en el caso de ustedes si hay control de entrevistador-color, del entrevistador moreno-blanco, moreno-oscuro en los entrevistadores que utilizan.

El efecto que genera es: hay una propensión mayor y preferencias de los partidos, pero entonces el color de los entrevistadores que uno utilice tiene un efecto importante.

Para Nielsen también una pregunta específica. Me pareció encontrar en las encuestas de ustedes que estuvieron entrevistando entre semana, no en fin de semana, ¿cómo llegaron a esa decisión o si simplemente es parte del procedimiento que normalmente utilizan?

Y, también, sus preguntas no están balanceadas en los dos lados del espectro a favor y en contra, sino algo a favor, muy a favor, ¿por qué la utilización de preguntas no balanceadas?

Por último, en los comentarios que hacía Enrique Alducin, mencionó él un Triángulo de Hierro. A mí me parece que es muy importante, y en este seminario creo que estamos avanzando a la importancia de nuestro gremio, el respeto, la discusión, la tolerancia y creo que de esta sesión van a salir cuestiones muy positivas.

Yo quiero, lo mismo que decía Roy Campos, tener respuestas a una serie de preguntas que –creo– todos tenemos.

**JAVIER ALAGÓN:** Solamente un par de comentarios. Primeramente una invitación a todos los ponentes a ser mucho más críticos en su trabajo.

Para todos aquellos que no realizamos ejercicios estadísticos relacionados con el proceso electoral, estamos aquí para, bueno, deseamos aprender, deseamos realmente poder ganar experiencia para que en el futuro estos ejercicios puedan ser realizados de manera más sólida.

El comentario va en el sentido de que a mí me gustaría, y no sé si a los demás, ver no nada más una descripción de lo que quizás ya vimos, de lo que quizás ya ha sido publicado. A mí me gustaría que sí hubiera un poquito más de reflexión autocrítica.

Qué bueno que Roy Campos, ya al final, intervino y está poniendo algunos de los puntos que creo que son fundamentales.

El aspecto fundamental quizás, y que debiera ser discutido, y nada más lo apunto como mera dirección es: ¿en qué momento se llegaron a cruzar, si es que se cruzaron, o siempre hubo una preferencia para el candidato de la Alianza por el Cambio?

Da la impresión, de la ponencia que hizo Nielsen, parece que está sustentada, parece ser, por elementos muy ortodoxos muy sólidos. Da la impresión de que ese cruce sí se dio, pues pareciera haberse dado pues quizás muy cercano al momento de la elección. Creo que este es uno de los puntos fundamentales que debemos discutir.

También quisiera que la discusión más adelante entrara en aspectos de la asignación de los indecisos, si es que vamos a tocar estos puntos y de la aplicación de filtros, experiencias.

Lo que comentó Eduardo Ragasol creo que es muy importante, se une a lo que presentó Ulises Beltrán en la mañana, ¿es útil o no esta aplicación de filtros?

Una pregunta a todos los que hicieron secuencias. A mí sí me gustaría saber si la selección de muestra fue independiente en cada una de las mediciones o si utilizaron las mismas localidades o mismos puntos muestrales a lo largo de sus mediciones, porque si no, pues, parte de las variaciones no tan fuertes en cada una de las series son evidentemente debidas a que allí había, ya una vez que se hizo una selección ya nos “casamos” con esa muestra.

**JUAN MANUEL HERRERO:** Son dos comentarios muy rápidos. El primero es: yo creo que no nos equivocamos al haber dado una libertad de formato en la presentación de las ponencias. Sin embargo, creo que vale la pena –igual que decía ahorita Javier Alagón– apuntar hacia ciertas cuestiones que creo que es fundamental que se vayan tomando en consideración para cada una de las próximas presentaciones.

Me parece que es importante que al término de ellas pudiéramos los ponentes, los comentaristas, hacer un pequeño esfuerzo para llegar a proponer cuáles son los temas a discutir.

A mí me gusta, por ejemplo, en la presentación de Eduardo Ragasol, el capítulo final en donde dice “Temas a discusión o propuestas de discusión”, porque la intención es que vayamos “aterrizando” hacia un documento final en donde no necesariamente estaríamos hablando

de recomendaciones, pero sí de recoger cosas puntuales y no de tener una gran diversidad de tratamientos que a final de cuentas no necesariamente nos lleven a algún punto de consenso, cuando menos a un documento que pueda servir de recomendaciones generales.

Por ejemplo, lo que decía Enrique de que las muestras tienen que ser probabilísticas, que puede ser un elemento de mucha contundencia para este tipo de cuestiones.

Y, bueno, dado que estamos hablando de encuestas me parece que —fue Rolando Ocampo el que lo dijo— sugerir muy respetuosamente que también se traten los asuntos de campo.

Para los que hemos estado más del lado de campo, nos parece que muchas veces se ignora que parte de los problemas en los resultados, que es finalmente lo que uno ve, pueden estar en la organización de un operativo, en la forma en que éste se definió, en la estructura propia, quiénes levantan, cada cuántos encuestadores hay un supervisor, cómo se selecciona la manzana. Creo que solamente una de las ponencias hablaba de la selección de la manzana, del interior de la manzana, de la vivienda, del interior de la vivienda, de los ciudadanos.

Yo creo que allí hay una fuente probable de problemas que vale también, en la misma filosofía de lo que hablaba Javier Alagón, de que en este foro es en donde nosotros podemos, y eso esperamos, decir: “Bueno, pues saben qué, aquí yo me equivoqué”. Y eso es lo que realmente nos puede traer beneficios.

**RAFAEL GIMÉNEZ:** Bueno, creo que nos hemos estado aproximando mucho al tema de los filtros con mucho mayor precisión que al de no respuesta y me llama la atención que Nielsen y Pearson no tienen efectos prácticamente con el uso de sus filtros o son mínimos, muy tenues, mientras Reforma tiene un poderoso efecto con el uso de sus filtros *a posteriori*.

Entonces, de entrada ya empieza a haber allí una diferencia en esto.

Me parece a mí que podría haber también posibilidades de efectos de deseabilidad social, dependiendo de qué orden vienen los filtros.

Si uno abre el cuestionario con tres o cuatro filtros o si uno aplica los filtros después, como lo hacía Reforma, creo que esa es una diferencia.

Creo que también Nielsen abre el cuestionario con tres o cuatro filtros, igual que Pearson, pero no así Reforma. Entonces, empieza a haber allí alguna materia que podría ser interesante.

Y, en ese sentido, tengo unas preguntas para Reforma. ¿Qué proporción de la muestra se alcanzó utilizando este filtro? Es decir, ¿de la muestra original cuánto quedó cuando se usaron sus filtros, ya corrigiendo el resultado original?

Y me gustaría también saber los resultados al aplicar este modelo o estos filtros en elecciones diferentes. Por ejemplo, se tuvieron aciertos muy importantes en Chiapas y en Estado de México el año pasado, ¿qué hubiera pasado aplicando esos filtros en esas elecciones? ¿O en realidad todavía no estamos cerca de llegar a un filtro que sea replicable, universal y demás, me da la impresión que en esa situación estamos en este momento?

En el caso de Nielsen tengo una duda. Yo no estoy tan claro del asunto de la ortodoxia, en el nuestro tampoco. Me da la impresión, bueno, yo estuve cerca en la primera encuesta que hicieron, que primero filtraron y luego ponderaron, en la primera; en la segunda corrigieron ese asunto.

Pero yo recuerdo que se elimina a la gente de las muestras usando las dos primeras preguntas, las mismas que vimos aquí, en la primera.

Y prueba de esto es que pasaron cosas raras con, por ejemplo, el Partido del Trabajo, que daba nueve puntos, igual que el PRD, cuando la pregunta de identificación partidista; ¿era más fuerte el PT que el PRD?

Entonces, me da la impresión de que allí hubo algún efecto. Pero, bueno, estoy de acuerdo que lo óptimo es el método probabilístico, que ojalá y llegáramos a todo eso.

Pero me da la impresión de que en las condiciones en que trabajamos en México no estamos tan cerca de llegar a esa aplicación de ese método.

Pero, bueno, tengo esas inquietudes con Pearson, con Nielsen y con Reforma.

**ULISES BELTRÁN:** No pensaba intervenir, pero dado que se reitera; no sé si la acusación, Enrique Alduncin, es personal, institucional, a la Presidencia de la República. No conozco a nadie en El Universal. En mi vida he platicado con un funcionario de El Universal.

Y, bueno, este es un círculo de hierro medio ineficiente, porque según nos dijo el Presidente del IFE, se publicaron 722 resultados de 73 encuestas. Creo que el Presidente de la República acreditó debidamente su imparcialidad, y lo que hizo durante el proceso electoral, y francamente les pido una disculpa por esta intervención, porque no creo que beneficie en nada al motivo de esta reunión una situación y una discusión en esos términos.

Si es personal la acusación de Enrique Alduncin, bueno, pues ojalá ofrezca alguna evidencia. Por el contrario, si es institucional, pero yo ciertamente me niego a hacer esa discusión y, sobre todo, involucrarlos a todos ustedes. Este es un asunto privado.

Tengo una duda muy importante. Nada más quisiera, con respecto a lo que hizo Roy Campos, me sorprende que sólo Enrique Alduncin mencionó efectos durante los debates y por los debates. Digo, en este momento, en

los Estados Unidos, han brincado las preferencias de un lado al otro, por efecto de los debates, y no me queda claro, en la serie, si los debates tuvieron o no un efecto importante.

Yo puedo reportar que la audiencia del primer debate fue muy baja. La audiencia del segundo debate, por el contrario, fue bastante mayor, y yo creo que es una cosa que a mí me ha sorprendido, ya que estamos hablando de las series. Me parece un tema, de las series, relevante, y no sé, no sé cuál es la conclusión. Yo no pude sacar ninguna conclusión de las series que había presentado.

¿Tuvieron los debates algún impacto medible o no?, y se los pregunto a los que hicieron series.

*ENRIQUE ALDUNCIN:* Bueno, en primer lugar, los padres de la estadística, Pearson y Fisher, definieron algunos contextos, algunos de los conceptos estadísticos de manera bastante emocional. Por ejemplo "sesgo". Sesgo, aquí, se está interpretando como falta de ética o algo así.

Sesgo no es más que la esperanza matemática de la variable aleatoria, menos su media. Y en ese sentido lo usé.

Entonces, lo que vemos, y ya no veo a Daniel Lund, pero sí vemos que los que estaban haciendo encuestas para los partidos tenían sesgos en ese sentido; o sea, desviaciones respecto a la media, bastante pronunciadas, como el 18 por ciento de Pearson, y también lo vimos en el caso de Daniel Lund.

Esto no quiere decir que haya sido poco ético, simplemente estoy señalando un hecho estadístico, que es el uso de la esperanza matemática, tal como se define.

Respecto a lo de citar las encuestadoras de los partidos, tampoco obedece a su falta de ética ni mucho menos. Yo nunca mencioné esa palabra, simplemente usé un criterio, que es el criterio que resultó válido, en término de estos sesgos, de que era interesante hacer dos series: una serie que era la de los medios de opinión pública, de los diarios -básicamente- y después de citar las encuestadoras que estaban a favor o trabajando para algún partido.

Yo no quise decir, y en el caso de Gauss, para nada mencioné yo que hubiera algún sesgo. Ahí no encontré ningún sesgo, como en las otras empresas, pero lo citamos por el principio este, que podemos llamar el "criterio Reyes Heróles", fue el que lo estuvo manejando, aunque también otros analistas políticos, de que sí veían que las encuestadoras, que estaban con algún partido tenían esa situación.

Entonces, no es que fuera una acusación a su situación. También mencionaba Manuel Barberena que él no sintió ninguna presión del PRI. Nosotros sí la sentimos, y también sentimos una presión de Presidencia. Yo no dije que fuera Ulises Beltrán, específicamente, pero defi-

nitivamente sí hubo una presión. Esas presiones las vimos en el caso de Rafael Giménez, que salió del Milenio, y en el caso de El Universal, donde también, por lo menos, hubo embargo de nuestras encuestas.

Respecto al presidente Zedillo, yo diría que ha hecho de la necesidad una virtud, porque a los ojos de todos los mexicanos, por lo menos en esa encuesta, sí estuvo, igual que los gobernadores, a favor del PRI, y con todos los medios, pero finalmente tomó una decisión sabia, y ahorita sus índices de popularidad son sumamente altos.

Yo no estoy haciendo ninguna acusación personal. Es una cosa institucional del antiguo régimen, que afortunadamente ha dejado de existir.

## RÉPLICA DE LOS PONENTES

*RICARDO DE LA PEÑA:* Creo que lo más importante de lo que podría yo comentar corresponde al problema de cuándo podemos pensar que se dio el cruce, si es que se dio el cruce.

Bueno, en la serie que Reforma nos da corregida ahora, al menos por los filtros de factibilidad de votar y de interés por las campañas, ya nos muestra que, al menos desde abril -si mal no recuerdo- ya está arriba Fox, y nos muestra una diferencia muy estrecha en las observaciones de principios de año que, si mal no recuerdo, es de dos puntos apenas. Sin embargo, es un cierre de cuatro puntos de distancia, a favor de Fox.

El solo ajuste de este error podría decirnos que no tendríamos certidumbre, conforme a la encuesta de Reforma, sobre que necesariamente haya ido, a lo largo de unos meses del año, Labastida arriba.

Incluso no sé yo si Reforma haya hecho una corrección por escolaridad, que sí se reporta en sus encuestas de febrero y abril, cuando menos, que podría estar afectando la comparabilidad de estimaciones hasta marzo, y posteriores a marzo.

Ahora bien, nosotros sí quisimos aproximarnos a la población objetivo, como dice Juan Molinar, mediante un mecanismo de deducción. Teníamos cuatro puntos de ventaja para Fox, en el mes de febrero, que implicaría que la población, el instrumento población, que se decidió a votar y por quién votar, a lo largo del periodo de febrero al 2 de julio, tendría una proporción de 44 por ciento para Fox, 31 por ciento para Labastida, y 22 por ciento para Cárdenas. Más amplia que aquella que estaríamos midiendo en la encuesta de febrero, en que la distancia sería de cuatro puntos.

Ahora, yo no afirmo con esto que, con certidumbre, Fox haya ido adelante en determinada fecha, pero sí tendría una reflexión que no aceptarle a Rafael Giménez,



del pasado. Nuestra serie es homogénea desde 1998. Nosotros nunca tuvimos esos 20 puntos de ventaja que reportaba Reforma en el mes de noviembre del año de 1999, y en octubre tuvimos una medición que nos aproximó bastante bien al resultado electoral de la elección primaria interna del PRI, aun con el problema de la decantación del segmento votante probable.

Habría que preguntarse, entonces, por qué si la serie tiene una medición correcta en octubre, una medición correcta al cotejarla con los resultados electorales, en la más próxima a la elección de julio, ¿porqué hemos de suponer que las demás estimaciones están totalmente fuera de la realidad?

No quería caer yo en el juicio, que ya el propio Manuel Barberena cuestionó, de hacerlo por democracia y decir que eran 38 contra ocho, en tal o cual momento; creo que no va por ahí. En todo caso, habría que pensar por qué mediciones que fueron relativamente próximas a los resultados de procesos electorales, de los que obtuvimos contratación externa, no nos mostraron nunca esta gran distancia o mostraron un empate, desde el año de 1999, que se abrió a variaciones que –repito– en nuestro caso, con una proporción que corresponde a un poquito más del 60 por ciento hacia el cierre, nos dejan a un Fox que está ligeramente por encima de Labastida a lo largo de toda la campaña.

Yo quisiera, en todo caso, que tuviéramos elementos sólidos para contraponer y, en todo caso, rechazar esta hipótesis.

**ALEJANDRO MORENO:** Yo no hice “cola” para hacer preguntas, así que voy a tomar medio minuto de mi tiempo, para hacer tres, y después, si quisieran contestarlas, pediría que lo hicieran hasta después de mis respuestas a las siete u ocho preguntas que ya tengo en mi lista.

La primera, es para Manuel Barberena. Muy sencilla: ¿Cuál es el parámetro poblacional que utilizan para ponderar, por identificación partidista? Dado que sexo, edad, escolaridad, existen parámetros censales, pero de identificación partidista no. Esa pregunta se le hizo en 1997 a un famoso investigador norteamericano y parece que en Estados Unidos tampoco tienen un parámetro poblacional, entonces sí quisiera yo saber.

Para Enrique Alduncin, bueno, ya contestó. Dijo que fue el miedo en Chiapas. Ya pasó el miedo de la oposición al miedo en Chiapas, pero quería saber un poquito más acerca de la divergencia, porque tengo un poco la hipótesis de que quizás las explicaciones que he dado, en términos de por qué la muestra total no nos acercó al resultado de la elección, es por votantes probables; por lo tanto, quienes no filtraron, es posible que hayan tenido un sesgo muestral de origen. Quizás eso se repitió en Chiapas.

Y también, por cierto, que mencionaban cuestiones éticas y, sobre todo, se afirmaba la relación de Rafael Giménez con el PAN y con Milenio al mismo tiempo, y yo quisiera preguntarte, Enrique Alduncin que tu encuesta, cuando se anunció tu salida de El Universal, al menos en la serie nacional, inmediatamente sacaste una para una persona directamente relacionada con el PAN. Eso, de alguna manera, me dice que tú ya tenías vínculos con el PAN antes o durante el mismo tiempo en que estabas con El Universal. Es pregunta nada más y, sobre todo, por aclaración, porque es ese tipo de asuntos que luego quedan.

Y aquí hay otro también, para encuestadores privados, cuyo trabajo en su totalidad no conocemos. Me gustaría saber a cuántas le erraron a nivel estatal. Por ejemplo, platicando con gente que trabaja en Arcop, entiendo que hubo varios cruzamientos de ganador a nivel estatal. Me gustaría saber, por ejemplo de Rafael Giménez, o de cualquiera en general, cuántos hubo y por qué, a qué se lo atribuyen.

Ahora sí, con poquito tiempo para contestar mis preguntas, regreso a lo que mencionaba Enrique de Alba, acerca del uso de los modelos. Sí utilizamos modelos al principio, durante el proceso electoral. Sí sabíamos acerca de todo esto que presenté aquí. No es *a posteriori*, no es un asunto que hicimos después, para explicar esto. Es algo que hemos venido trabajando y la pregunta es por qué no lo usamos o por qué, por ejemplo, en otras elecciones sí se usaron, en la interna usamos votantes probables ¿por qué ahorita no?

Yo creo que no hay que perder de vista una cosa, sobre todo pensando en esto que es una industria de encuestas políticas, relacionadas con la elección. Estoy de acuerdo con el doctor Edmundo Berumen: hay muchas cosas ortodoxas que se tienen que llevar a cabo, estadísticas, parámetros, estimaciones, pero también hay un aspecto político, un contexto, que el encuestador político nunca tiene que dejar de prever.

En alguna discusión en el CIDE, no hace mucho tiempo, se le preguntó –si recuerdas, Ulises Beltrán– acerca de si la movilización podría o no podría cambiar los estimadores de la elección, y la pregunta de Ulises Beltrán fue tajante y seca, ya no hubo respuesta, bueno, si hubiera movilización, por qué las encuestas están bien.

Me gustaría cambiar la hipótesis. Nuevamente como hipótesis, no estoy afirmando nada, porque no tengo evidencia, pero si el argumento de los votantes probables es cierto, de alguna manera independientemente de cómo se filtren y con qué se filtren, si es cierto que hay una población más propensa a votar que otra, con ciertas características, que en variables sociodemográficas están relacionadas positivamente, entonces precisamente un argumento es ese: las encuestas estaban bien, porque había cierto nivel de movilización.

De hecho, yo no me he especializado mucho, en mis estudios de opinión pública, en cuestiones de participación, más en términos de preferencias, de creencias, de valores, pero si recuerdo bien la literatura en participación, hay dos tipos de participación en general: la autónoma, que precisamente refleja a estos votantes probables, quienes votan autónomamente por ganas, por voluntad, y quienes son movilizados o movilizables, que en nuestras variables sociodemográficas tienden a tener puntajes bajos, y que de hecho son más propensos a votar por el PRI, cuando de hecho lo hacen.

Por ejemplo, el caso para contestar de una vez lo que preguntaba Rafael Giménez ¿qué pasa si aplicamos nuestros filtros a otras encuestas? Lo aplicamos en Chiapas, curiosamente nos ajusta más. De hecho tengo los datos por ahí si estás interesado.

En el Estado de México quizás no nos lo hubiera ajustado tanto, de hecho no lo hace tanto. Entonces, lo que estamos previendo aquí, nuevamente, es un contexto político distinto que es lo que quiero argumentar dentro de reglas, dentro de procedimientos distintos, en los que sí, cada uno de nosotros y sus metodologías se tienen que estar ajustando a esto.

Hay una respuesta definitiva a quienes son los votantes probables, quienes van a ser en las siguientes, van a aplicar estos filtros que trabajaron perfectamente aquí. No, no necesariamente. Los teníamos antes de nuestras publicaciones. Si los teníamos, de hecho aprovechando, bueno, una de las cosas Javier Alagón que decías, ábranse, yo no sé que tanto esto va a ser fuera de la discusión o que tanto va a ser interno. No me gusta mucho hablar de esto en pasado, porque como que todo *a posteriori* es muy fácil, pero de hecho lo sabíamos en Reforma, teníamos los dos resultados y a nivel editorial se pidió que salieran los dos resultados.

Lo hicimos antes, lo hicimos en la elección interna del PRI. No sé si alguien recuerda nuestra publicación, pero sacamos la encuesta total, fue muestra de votantes probables. En este caso, en la interna del PRI no había problema porque el ganador era el mismo. En este caso había un problema porque una muestra nos da un ganador y una submuestra otro; entonces, era como jugar a la segura, como decir: si no sale ésta, sale ésta.

A estas alturas yo diría lo debimos haber hecho. Ni hablar. Pero como dije, esto es pasado y creo que una de las cosas que vale la pena aquí mencionar es que, finalmente tampoco y eso sí yo asumo una responsabilidad en esto junto con el grupo que manejamos directamente las estadísticas de encuestas para el periódico, que no se previó necesariamente que eso hubiera o podría haber sido el resultado, nuestra experiencia más cercana era el Estado de México.

Para contestar a preguntas muy puntuales, incluso eso toca uno de los puntos que comentaba Eduardo Ragsol de Nielsen, que deberían de publicarse ambos. En ese momento nos pareció como que no era muy válido jugar a la segura.

Ahora, Rolando Ocampo me pregunta acerca de campo precisamente, lo que tenemos posiblemente algunos problemas. Te agradezco la pregunta. Sí es algo que constantemente me preocupa. No quiero decir que los tengamos, de hecho ninguno de los periódicos asociados lleva un control sobre sus propias encuestas, todo lo llevamos nosotros y esto más que nada a lo que me lleva y por cierto Nayarit, no lo hizo Sinaloa fue error nuestro de mural en su momento y sí fue, efectivamente fue un problema de campo aunque ahorita pues habría que filtrar otra vez por votantes probables, igual la salvamos verdad.

Pero algo que quisiera decir que realmente se ha tocado poco es supervisión, ya lo tocaba Juan Manuel Herrero aquí. Nosotros supervisamos hasta el 25 por ciento del trabajo realizado, todo por aleatoriedad, es la prueba que yo le llamo, en vez del antinarcótico, el antiengaño que es cada ejercicio. No importa cuál, en todo momento seleccionamos al 25 por ciento del trabajo aleatoriamente y a esos se les supervisa, ya sea durante o inmediatamente posterior en el momento en que nosotros estamos capturando y procesando y demás. También se están haciendo supervisiones, se regresan a los domicilios, uno de los problemas de hacer encuestas en calle es que no se puede supervisar tan fácilmente, es decir, no puede uno regresar y decir ya sea telefónica o personalmente, vino un encuestador de Reforma a hacerle esta encuesta, le aplicó estas preguntas, le dio una boleta, le dio una urna, etc., etc., y ese es un trabajo importantísimo de supervisión.

Es decir, eso es parte de lo que sustenta todo lo demás, independientemente de cuál sea la calidad de las muestras y los cuestionarios, que también me parece, por lo que estoy viendo, tendríamos que hablar un poco de cuestionarios.

En Chiapas nos enfrentamos a problemas de encuestas que cayeron en comunidades indígenas, nadie hablaba español ¿qué hacemos? Utilizamos intérprete, no utilizamos intérprete, substituímos, nos vamos, ¿qué cosa hacemos? Yo creo que ese tipo de preguntas queda pendiente en términos de la agenda que pudiéramos también ir refinando.

La otra es que veo el tipo de preguntas también que se hacen y creo que es algo que no debemos de perder de vista. Por ejemplo, le comentaba, bueno comentaba cuando vi el trabajo de Nielsen, que a mí en una escala de totalmente probable, el término totalmente probable se me hace contradictorio.

¿Qué entiende el votante cuando le dice uno: totalmente probable que vote? Es más ¿qué entiende el votante, por ejemplo, regresando a la cuestión de Chiapas de las nueve comunidades indígenas, nueve secciones totalmente indígenas, qué cosa es eso de probable? Eso me parece que es un problema. El otro también, y es el caso al menos en la pregunta de Rolando Ocampo, no sé si la apunté por aquí, pero decía algo así como: para que haya un cambio verdadero es necesario que pierda el PRI. Yo no sé si esto realmente está lo suficientemente balanceado para darle o para no inducir a una cierta respuesta.

Entonces no nada más es una metodología estadística. Es una metodología de plantear una pregunta que será lo suficientemente neutral y correcta para este tipo de ejercicios.

Miguel Basáñez, respecto a tu pregunta te voy a contestar lo mismo que decía afuera, no lo sé, porque hay que hacerlo. Te invito a que lo hagamos y con eso cierro, Rubén Hernández. Ya pasó una propuesta que de hecho nació, ahorita tú la estás reafirmando pero ya lo había comentado Edmundo Berumen en alguna reunión.

Con respecto a tener acceso a los trabajos no solamente para los alumnos del ITAM sino prácticamente para cualquiera que quiera hacerlo, la propuesta todavía no ha sido aprobada, todavía no es algo que les pueda decir, tal fecha van a salir las encuestas. Pero ahí está y estamos en la mejor disposición de que, por ejemplo, las dudas de trabajo de campo, nosotros tenemos en nuestras bases de datos, todos y cada uno de los encuestadores por código y parte de la supervisión que hacemos también posterior, no solamente antes y durante, sino posterior, es correr también modelos de regresión en donde veamos qué tanto los encuestadores como variables independientes en sí mismos, se alejan o se acercan a los promedios de las respuestas en general.

Y sí hacemos una serie de modelación estadística para ver la calidad del trabajo de los encuestadores, todo eso una vez que se apruebe ahí va a estar.

**MANUEL BARBERENA:** Pregunta rápidamente a Javier Alagón, diferente muestra en cada levantamiento totalmente. A la pregunta que hacía con respecto a los levantamientos.

Lo del parámetro de identificación partidista, yo te diría, como lo mencioné, no eran muy cooperativos en dar sus modelos y eso no quiere decir que hubo diferencias con ellos ni mucho menos, simplemente era un modelo que ellos, por lo que pudimos detectar lo sacaban de las encuestas de salida de 1997, con base en cómo se comportó el voto de 1997; ellos modelaban como se podía comportar ahora, algo así era. Trataré —te lo prometo— de hablar con ellos para que nos pasen los datos.

Tercero, lo del modelo del famoso este Greenberg que salió *a posteriori*. Yo estoy de acuerdo y lo hice saber a ellos, inclusive que no se me hacía correcto el que una vez ya con los resultados de la elección sacaran un modelo con el cual, debido a que en regímenes o en regímenes totalitarios, la gente no declarante tiende a votar por los partidos de oposición, bueno, lo escribieron tres semanas después de la elección. Yo no estuve de acuerdo con eso y eso no quiere decir que esté yo defendiendo ni diciendo ni cubriéndome de mi responsabilidad, como ahorita decía Enrique Alduncin, que ahora sucede que Greenberg tuvo la culpa. Yo no sé de qué tuvo la culpa; yo tampoco tuve la culpa de nada. Finalmente, aquí no hay que buscar culpables.

Aquí simplemente es que Greenberg sacó un modelo que yo pienso que podría ser válido, pero que lo hubiera sacado *a priori*.

Sacamos el resultado, en el último fueron cuatro puntos de diferencia. Bueno no se dio así como no se dio para la mayoría de las agencias, pero esto no creó ninguna diferencia entre nosotros y nada más.

**ROLANDO OCAMPO:** Lo primero es el punto que toque al principio de mi participación. Nosotros, nuevamente, Ricardo de la Peña, Eduardo Ragasol, Manolo, todos nos sometimos a los comentarios de todos ustedes. Pero hay mucha gente, varias empresas que hicieron series y no las presentaron y que no están sujetas a discusión, no sabemos qué hicieron. Yo en particular no presenté metodología porque no estaba de acuerdo en que todos los que estaban aquí que habían tenido series y que hicieron series para diferentes organismos no gubernamentales y gubernamentales, pues no los hubiéramos conocido.

Me parece que el volvernos a revisar nuestros datos pues no tendría mucho sentido. Para mí lo importante es por qué no se presentaron esas, para saber cuáles fueron buenas, cuáles fueron malas, cómo les dijeron a sus clientes, cómo los estimaron, si les mintieron o no les mintieron, si maquillaron o no maquillaron. No lo sé, creo que es una cosa que sí deberíamos de revisar.

El segundo punto es, yo sigo pensando que el hecho de hacer las estimaciones y presentarlas a los medios de comunicación, a mí no me parece lo adecuado. Creo que debiéramos dejar a los lectores que decidan a quién le asignan ellos los indecisos y a quién le asignan ellos las tasas de no respuesta, a qué partido o a quién no. Eso es lo que sería mi punto.

**EDUARDO RAGASOL:** Para contestar brevemente, el asunto del color del encuestador. Jamás había pasado por nuestra mente, seguramente todos son pues morenitos, pues francamente yo no tenía la más remota idea

de que eso pudiera tener un efecto y bien, sí hay que investigarlo, creo que vale la pena hacerlo.

Escalas, las escalas estas realmente son, tratamos de hacer una escala de cinco o de cuatro niveles; en particular, creo que las de cuatro niveles son mejores porque evitan la mediocridad, o sea, que se vayan por en medio, pero en fin, para lo único que usamos las escalas de este estilo son para los filtros, no lo usamos para ninguna otra pregunta, es para los filtros y yo soy pues el primer crítico de los filtros que nosotros usamos, puesto que a pesar de haber filtrado no correlacionaron con la elección.

O sea, y es justamente lo que propongo en mi ponencia, que veamos cómo mejorar esos filtros para que así el filtro no tenga ahí una consecuencia. No tiene, al final es irrelevante y cuando creo que sí tienen relevancia, o sea, creo que sí vale la pena hacer un filtro que tenga una correlación con lo que queremos medir.

De manera que esto, la crítica totalmente aceptada de que tal vez estas escalas como totalmente probables, etc., no sean las correctas. Bien, veamos cuáles son las correctas. Si esa no es la buena, pues cuál es la buena. Manolo usa una escala del uno al 10; en fin, en esto no creo que haya una receta ya plenamente aceptada ni por la industria, pero en fin, creo que sí vale la pena que hagamos una investigación seria, y bien seria, de cuáles son los filtros que deberíamos estar aplicando que sí tengan una correlación con lo que queremos medir.

El trabajo en campo, como lo comenté yo, a la hora de identificar al ciudadano que debía ser entrevistado con este método que tratamos de hacer lo más aleatorio posible que es, una vez localizado el hogar dentro de la manzana seleccionada, con la probabilidad y demás, pues ahí seleccionamos al primero que cumplía años. Normalmente eso pues puede ser que esté presente en el hogar de a quien vamos a entrevistar o no esté presente, la metodología es regresar dos veces hasta encontrarlo, pero obviamente el tiempo es también limitado, para encontrar al que seleccionamos.

Normalmente lo que ocurre con estas cosas y por eso decimos entre semana y en fin de semana el trabajo en campo, para mejorar la diversidad de la gente que teníamos que encontrar en los hogares. Lo que ocurre con esto es que se tiende a encontrar mujeres más que a hombres y de una edad más que de otra edad, y los hombres que se encuentran pues tienden a ser más bien jóvenes, porque los hombres que trabajan pues no los encontramos tan fácilmente.

Entonces hubo que hacer un esquema que también está sujeto a revisión, porque digamos esto es una solución en campo, pragmática, pero bueno, nuevamente aquí no creo que haya una regla de oro para hacer lo que hicimos.

Lo que hicimos fue, si quien cumpliera años era un hombre de cierta edad y no lo encontrábamos a pesar de regresar estas dos veces, lo que hicimos fue buscarlo en la misma manzana, un hombre de esa edad o más o menos de ese rango de edad que no encontramos pues lo fuimos a buscar a otra casa dentro de la manzana, pero ahí sí fue una especie como de cuota pues, pero por qué, porque necesitamos. Es claro que la preferencia electoral entre hombres y mujeres es distinta, en la primera encuesta se nos cargó más de mujeres y tuvimos que hacer un post-estratificación y ni hablar, es algo necesario puesto que sí hay un diferencial entre hombres y mujeres y entre ciertas edades.

Al final con la post-estratificación logramos que la población, o sea, con los mismos factores de expansión y la post-estratificación logramos hacer que nuestra estructura poblacional de la muestra reflejara la estructura poblacional de la, ahora sí que censal, de la última, pues de lo que teníamos del INEGI.

En la segunda encuesta es donde tuvimos mucho más cuidado en lograr encontrar a los hombres de cierta edad.

El asunto de los filtros, en la primera encuesta que hicimos, los aplicamos y suspendíamos la entrevista, entonces no pudimos medir el efecto. En la segunda los aplicamos pero no suspendimos, de manera que pudimos ver el efecto que desgraciadamente resultó ser, no sé si afortunado o desgraciadamente no tenían el efecto que buscamos.

Lo del PT, sí, en la primera encuesta nos salió alto el PT porque nos cayó una población en Durango y en Coahuila, que son en altísima proporción petistas. Bueno, el muestreo nos jugó un poco rudo con el PT, esto fue todo.

Por eso también aumentamos sustancialmente el tamaño de muestra en la siguiente encuesta. Tratamos de mantener las mismas poblaciones con estas poblaciones adicionales, para tratar de tener alguna tendencia confiable contra la anterior encuesta, aunque no era el propósito hacer una serie.

La lengua indígena sí, también tuvimos poblaciones donde no hablaba castellano el entrevistado, el que nos tocaba. Entonces, conseguíamos alguien bilingüe para hacer la entrevista y traducirla *in situ*.

**ENRIQUE ALDUNCIN:** Bueno, rápidamente, para lo que quiere Alejandro Moreno, de quién me paga. Pues, en cuanto a los partidos he trabajado para casi todos ellos, menos para el PRI; es el único que me ha subcontratado, algunos otros y, por cierto, no me pagaron. Entonces, no me paga el PRI ni por subcontratación.

Sí, ya había hecho yo una encuesta previa para la maestra Amparo Espinoza sobre alianzas electorales y

cuando el periódico embarga, yo creo que en el PAN, viendo que yo estaba dando resultados favorables, pues le pidieron que me contratara y lo mismo pudo haber dicho Democracy Watch.

**EDMUNDO BERUMEN:** Una cosa que, nuevamente una ausencia que a posterior quisiera hacer notar y creo que vale la pena hacer ejercicios de este tipo es: ¿Qué hubiésemos obtenidos en las encuestas que hicimos si hubiésemos hecho la encuesta con tamaño de muestra más pequeños?

Tenemos todos los elementos para hacerlo. Tenemos nuestras bases de datos a la mano cada uno de los encuestadores y un ejercicio que sugeriría hiciéramos es repetir las series, las que hemos visto aquí, con la mitad de muestras, con la tercera parte de la muestra.

¿Por qué?

Porque esa es eficiencia para nuestros clientes. Estamos resolviendo a fuerza bruta un problema de estimación, cuando podemos, con ingenio estadístico, resolverlo de manera más eficiente.

Entonces, creo que son de las tareas que deben quedar apuntadas a futuro, de hacer ejercicios con muestras radicalmente más pequeñas que las que estamos viendo acá.

Y hablando de tamaños de muestra, sucede un poco lo que ya nos decía Ulises Beltrán de las vitrinas metodológicas. Son las de gabinete, las vitrinas, y me da la impresión que los tamaños de muestra también son los de gabinete. Curiosamente son números redondos muy bonitos, mil 500, mil 200, dos mil. Rara vez vemos, como los de Nielsen dos mil 493, que son los reales, ¿no? Y ojalá a futuro veamos más de éstos y no los que quizá sean teóricas.

Entre las cosas que se han apuntado, y coincidencias que ya están brotando, está lo del uso de modelos de filtros para identificar de mejor manera a los no votantes.

Y una cosa que medio se discute y medio se presenta es: ¿Cuál es mi metodología, cuál es mi técnica y no la comparto porque me costó mucho ganarla, y hay un recelo de compartir?

Yo creo que ese es un enfoque equivocado. Yo creo –a nivel personal– que todos ganamos a nivel individual y como gremio si compartimos técnicas y metodologías.

De todas maneras habrá manera de que nos diferencien, no se preocupen y el por qué comprarle el trabajo mejor a Roy Campos, en lugar de Javier Alagón o viceversa.

Pero yo creo que es benéfico para todos el que compartamos lo que hemos aprendido y que lo pongamos sin ningún tapujo sobre la mesa. “Yo creo que este es el mejor filtro por esto, por esto”, y que lleguemos a consensos de ese tipo, a redacciones letra por letra, palabra por palabra, coma por coma, de ciertas preguntas de su orden, etc.

Y, bueno, las preguntas adicionales siempre estarán allí. Pero que en lo crucial para detectar lo que aquí hemos estado discutiendo, que es una intención-preferencia de voto, que dejemos en casa esos recelos, lleguemos aquí a algunos consensos.

Yo creo que todos saldremos beneficiados. Quien mejor haga trabajo de campo seguirá siendo preferido, aunque use exactamente lo mismo, y quitaríamos esas diferencias en la publicación de resultados que surgen por uso de redacciones distintas, filtros distintos, órdenes distintos.

Las series no públicas efectivamente existen. Nosotros tenemos una de ellas. “No podemos divulgar los resultados, no son nuestros, no han sido divulgados por el cliente”. Eso no impide que no platiquemos de nuestra metodología. Lo podemos hacer.

Y yo creo que tiene razón Rolando Ocampo en invitar a que eso se haga y yo no tendría ninguna dificultad en conversar metodologías. De resultados no les diría nada, porque aún cuando fuera cualitativo el que otro o yo dijera: “Y además le atiné y siempre le atiné, pues créanmelo porque no les voy a decir con qué números, porque no son míos”. Pero sí vale la pena que las metodologías se pongan a discusión, y yo creo que nadie tiene problema en hacer eso. ■