

DEBATE

.....

Francisco Sánchez Villarreal

MODERADOR DEL DEBATE

ROY CAMPOS: Alejandro Moreno, yo creo que nunca vamos a terminar de felicitar el ejercicio de encuesta Panel, yo creo que seis años se me hace muy poco tiempo si le sigues sacando resultados.

Tengo algunas preguntas de carácter operativo. Yo tengo experiencias en paneles, pero no de este tipo. Durante años el INEGI realiza sus paneles, encuesta de empleo, por ejemplo, y conozco algunas cosas, pero este era un tema muy especial que es la parte política; por ejemplo, cuando captaste tu muestra semilla ¿les avisaste a los participantes que iban a ser sujetos a un panel? ¿y las fechas en las que los ibas a visitar? Es decir, ellos esperaban la fecha, porque en el INEGI se les dice, cuando se les visita la primera vez, van a ser sujetos a un panel en donde van a estar cinco veces en muestra y después ya no los vamos a molestar.

Entonces, también tienen la expectativa de que no van a estar eternamente ahí; entonces, si fueron avisados en qué ejercicio estaban; sobre los estímulos, ¿qué tipo de regalos? No digo que haya PROGRESA, pero qué tipo de regalos, un poco para ver si la cooperación se dio en función de los regalos; en la experiencia del INEGI, no hay regalo.

Y en algunos lugares, por ejemplo, como Francia, para contestar una encuesta tipo ingreso-gasto que es muy pesada, el regalo es un billete de lotería donde es barato, pero con una expectativa de premio alta.

Creo que alguna vez te comenté, fui “supervisor” de tu panel porque me tocó conocer a una persona que me contó: es que ayer vinieron y preguntaban por mí y tuve que bajar porque no quería que mi hija le contestara, o sea, todo el trámite de buscar a la persona hasta que entrevistaron a la persona.

Bien, esto en términos de proporción, no quiero que me digas el dinero ¿qué tanto incrementa el costo? Porque de por sí la selección aleatoria del informante, hay costo por revisitas, aquí esa persona y no está de vacaciones, o es qué tanto incrementa el costo de estar buscando a esa persona, la verdad es que no quiero que me digas dinero, sino simplemente si es o no es y si hubo grupo control para lo que platicabas de la contaminación del panel que participó, si hubo algún ejercicio en donde los que estaban en la muestra en esa ocasión que no eran del panel, algunas variables que te permitiera controlarlas.

Rafael García, tengo una pregunta ¿a qué hora? Porque aquí el problema de la Mesa 5, de los conteos rápidos y encuestas de salida, era que tenemos que hacer estimaciones con muestras incompletas y aquí tenías, tú estabas compitiendo con algo muy exacto que era el PREP, porque todo este modelo a las 06:00 horas tiene un error, en lugar de ocho distritos de un distrito; entonces a qué hora tenías que dar esta estimación, a qué hora la diste y esa diferencia que si la diste a las 21:00 horas, tal vez te diría que tenías el 40 por ciento de la

muestra, pues se te cargaban distritos y entonces podía haber distritos con cero secciones o con una sección y si con esa sección diste el ganador, entonces ya no estás entrando al renglón de las cinco secciones, los errores, sino a los de uno o dos y si dices: no, es que no importaba, pues entonces me espero al PREP porque a las 06:00 horas ya tengo un muy buen resultado del PREP.

MIGUEL BASÁÑEZ: Para Reforma y el levantamiento continuo (*tracking*) de Presidencia, me queda la impresión de que las encuestas telefónicas tuvieron un muy buen récord en cuanto a predicción de la elección, quisiera escuchar sus comentarios, si piensan que la entrevista telefónica pudiera ser un mejor predictor que la entrevista en casa de los resultados electorales.

Luego, para el levantamiento (*tracking*) de Presidencia, los datos de escolaridad de ingreso que nos dieron de bajo, medio y alto, esos datos son 38 por ciento, 32 por ciento, 31 por ciento y 22 por ciento, 41 por ciento, 37 por ciento, éstos son los datos que encuentran de la población, ese es el perfil de la población o ustedes estaban haciendo una estratificación de esas muestras.

Quisiera invitar a los participantes a las reuniones que realiza Wapor, la Organización Mundial de Opinión Pública, en años pares en América y en años nones en Europa, porque las reuniones son de este tipo, creo que pueden ser altamente enriquecedoras para los que aquí estamos, se presentan alrededor de 400 ponencias en dos días y medio y Alejandro Moreno que es el representante de Wapor en México, puede darles la información, la próxima reunión será el año que entra en Roma y en mayo de cada año se realiza en Estados Unidos, así que esta invitación es abierta, las participaciones en Wapor y AAPOR son individuales, no tienen que ser miembros previamente, pueden asistir en cualquier momento y creo que será de lo más enriquecedor para exponernos a la discusión mundial de estos temas que nos interesan.

JUAN MANUEL HERRERO: Son dos comentarios, el primero, ayer teníamos no discusión, de hecho como se planteó fue, yo creo que la escala es de este tipo y, por el otro lado fue, yo creo que es de esta otra y comentamos, creo que fuimos María de las Heras, tú y yo, y comentamos bueno que efectivamente teníamos argumentos, pero eran argumentos sin ningún soporte.

Yo creo que después de lo que presentó Alejandro, voy ganando 1-0.

Bueno, lo que sale ahí, me parece que es muy interesante, cómo se fue comportando la población, de

acuerdo a la escala numérica de uno a 10, en cuanto a la probabilidad de votar o la posibilidad de votar. Entonces, no digo que sea algo definitivo; me queda muy claro que es un asunto que habría que estudiar muy a fondo.

Y la otra, es una pregunta también para Alejandro. Yo tengo la impresión de que en este tipo de paneles, cuando tienes a alguien que te contesta, al menos dos, lo haces estar atento de algunas cuestiones que en su vida se había preguntado, y que debe existir un efecto de inducción natural.

O sea, a mí me haces una pregunta: ¿Hay democracia en México?, pues nunca me lo había cuestionado. Entonces, a la mejor lo primero te dice una cosa y, efectivamente, la segunda otra. Y puse esa como ejemplo porque tú la mencionaste, pero me imagino que en otras preguntas valdría la pena; yo no sé si la forma es eso, tener un grupo de control, que decía Roy Campos, para medir efectos de inducción en la respuesta.

EDMUNDO BERUMEN: Tanto para Reforma como para Alejandro, una de las bondades de ejercicios de tipo panel, es que permiten usar una clase de estimadores que no se usan con otros tipos de diseños; no sé si ustedes lo usaron, que es la clase de estimadores de regresión.

Justo una de las razones de usar diseños tipo panel es para usar estimadores de regresión. Ninguno de los dos dijo que los usó. A lo mejor sí lo hicieron, y quisiera saber cuáles son los resultados.

Cuando uno tiene un panel y hace seguimientos de este tipo, la eficiencia que da poder usar esa clase de indicadores de regresión, sería muy importante conocerla y ver qué sacaron.

Yo no sé si la precisión de la serie del levantamiento continuo (*tracking*) que nos presentó Alejandro Cruz, es por el diseño que nos describieron o es porque era el mes de junio, simple y sencillamente, porque empezó en junio y acabó en junio, muy cercano a la fecha de la elección, y si otros ejercicios, se hubieran hecho varios, aunque no fuesen de este tipo de diseño, pues hubieran estado sin ninguna asignación y demás, a ese nivel de precisión, por el solo hecho de haber sido levantados varios de ellos en junio.

Sigue pendiente la pregunta de María de las Heras: ¿Cuándo se dio el famoso cambio? Qué bueno hubiese sido que esto hubiese sido muy atrás.

Ahora, bueno, no es porque sea muy costoso; bueno, hablemos de costos. En este tipo de ejercicios de panel, un modelo asociado a ese ejercicio de trabajo de campo, es reclutar para que levante la información a personas que radiquen y vivan en un centro, alrededor de cual les queda cercano el levantar la información.

Entonces, los costos de traslado, etcétera, se reducen sustancialmente y tiene una serie de ventajas adicionales, y eso viene asociado a otra pregunta. No sé si tanto Reforma como Alejandro Cruz hicieron algún ejercicio de analizar la correlación entre visitador-entrevistado, en casos donde era el mismo entrevistador el que recogía la información de los mismos casos, pero sus casos donde no era el caso, y entonces ver la correlación intraclase de los entrevistadores, que justo también es algo de las cosas que se prestan para hacer en ejercicios de tipo panel.

En la encuesta Panel de Reforma ¿Qué resultó del contraste?, y si en esa muestra independiente que hizo Mori ¿Hasta dónde era independiente? ¿Era una independencia total? O si era un ejercicio de mismas unidades primarias, mismas unidades secundarias, pero una independencia, a partir de ahí. ¿A partir de dónde era la independencia del diseño de Mori?, porque eso nos va a decir mucho respecto a los contrastes que hicieron.

El de las entrevistas: de cada dos días 600 entrevistas, en el esquema de Alejandro Cruz; esas 600 entrevistas, ¿era un ejercicio tipo Reforma, de una submuestra aleatoria, o era de otro tipo?, hablar un poco de cómo era la submuestra de estas 600 cada dos días.

Quería hacer un comentario sobre muestras telefónicas. Aquí se habló del teléfono como representatividad; sin embargo, está demostrado que el tipo de respuesta, bueno, lo hemos probado nosotros, que el tipo de respuesta que te da la gente, cuando es una entrevista por teléfono o cuando es una entrevista personal, es diferente.

Es decir, no sólo es la representatividad; hay que tener mucho cuidado, y varía, no es estable. Hay ciertos temas en los que en el teléfono la reacción es diferente, que cuando es personal. Los hemos hecho paralelos, con gran tiempo, datos que teníamos varios años de estar pidiendo personal y luego empezamos a hacer paralelos por teléfono, y encontramos diferencias, no de la representatividad, porque eran universos controlados, eran universos que estadísticamente eran iguales, porque teníamos la base de datos; en este caso, eran compradores de autos.

Entonces, eran los compradores de autos de una marca. Cuando hablabas de calidad del servicio, que a la mejor no es muy importante, no es un tema que les interesa mucho, pero sí te dice las diferencias de cómo te responden, es importante en el teléfono que en persona, y yo lo que digo es que no lo puedes ver como: siempre van a decir esto, siempre van a tener estas respuestas, sino a veces dependiendo de los temas, hay diferencias.

Entonces, hay que tener mucho cuidado no sólo en la representatividad de la muestra; si lo que se quiere es comparar entrevista telefónica contra personal, hay que tener muchísimo cuidado.

JAVIER ALAGÓN: Sin pretender ser reiterativo, una pregunta a Alejandro Cruz: ¿Qué información similar de encuestas por vivienda tienen, justamente para tratar de encontrar este momento de cruce o esta zona de turbulencia, en la cual ocurrieron, quizás, intersecciones entre las preferencias para el PRI y el PAN, habida cuenta de lo que se mencionó ayer, de que aparentemente, al principio de año era claro que el PRI se encontraba por arriba del PAN?

Y una pregunta para Alejandro Moreno: cuando se habla de este efecto de abandono (*Atrition Rate*), estoy suponiendo, desde luego, que el análisis que están haciendo es de naturaleza longitudinal; es decir, ¿has eliminado a todos aquellos con los cuales iniciaste y no pudiste continuar en segunda o tercera ronda?, porque ahí mencionaste que por ahí había un sesgo; quisiera nada más confirmar esta tasa de abandono.

RUBÉN HERNÁNDEZ: Es una de carácter muy puntual y otra más general. El primer asunto sería, una vez más, para lo del levantamiento telefónico. En efecto, es un problema que por todos lados se reporta como muy difícil, y sí sorprenden estos resultados, que parecen muy consistentes.

La pregunta sería, ¿cómo se presentaban ustedes?, ¿como Presidencia, como una agencia?, ¿el efecto, lo han medido? Digo, no es anecdótico. Es muy importante el punto de saber qué pasa en un caso y en otro. Eso me parece, para mí, es un dato sumamente relevante.

Y la segunda, de carácter general, es algo que he visto a lo largo de estas jornadas, que han sido para mí muy provechosas, el tratamiento que en general se le ha dado a la no respuesta. Es decir, no respuesta, se acabó; todo lo que hemos escuchado aquí, la no respuesta simplemente es eso y se desecha. Hay una enorme investigación a realizar, el porqué de la no respuesta.

Hasta ahora, prácticamente, a menos que no la haya escuchado, no he visto un esfuerzo por ir sobre la no respuesta, identificarla, ¿quiénes son los que no están respondiendo?

Y eso se puede hacer, creo que con unas muestras; a ver, quiénes son esos que no han respondido. Puede ser caro, pero es muy, muy importante, sobre todo en estos casos.

MARÍA DE LAS HERAS: Dos aclaraciones y un comentario.

El que está obsesionado con lo del cruce de tendencias es Javier Alagón, no yo. Dos, que todo el mundo veía claro que hubo un cruce; no todo el mundo. Algunos ven claro que el cruce se dio en abril; otros, no estamos de acuerdo, creo que fue mucho antes.

Y un comentario general, así como dije ayer que me parece que el mercado de los conteos rápidos viene un poco para abajo, lo que está creciendo son los candidatos que nos van a contratar, para decir, preguntar y meternos a trabajar en la campaña, sobre todo si le ponen ahora a los diputados la reelección.

Entonces, eran los comentarios, pero toda la parte metodológica, que me ha parecido maravillosa, la pregunta que se me queda en la cabeza un poco, y que me parece que hay que trabajar hoy, habría que ver, y que en la parte de panel y en estas cosas que hacen, deben de tener información maravillosa: ¿Por qué unos votan por uno y los otros votan por el otro?

Es decir, la explicación porque cuando uno ya tiene un cliente que dice: oye, quiero ganar una elección, hay que hacer una especie de campaña y hay que decirle qué hacer y cómo hacerlo.

Es decir, los cómo se acaban volviendo mucho más importantes, o las explicaciones y los por qué, y esa parte -es mi opinión personal- que en esta información que tienen ustedes en las postelectorales, en las anteriores, en las que repitieron 342 veces, es bien importante. La pregunta, de aquí en adelante, ya no va a ser tanto de una semana antes poder hacer una encuesta, para saber si le vamos a atinar o no.

O sea, nuestro trabajo de adivinadores, que lo hemos hecho muy bien, está cayendo en el mercado y lo que nos van a pedir son trabajos para modificar o reforzar una situación observada. Los candidatos no nos contratan para que les digamos que están muy bajos en las preferencias, aunque lo hagamos muy exacto.

Y esa parte, que es otro problema más, me parece muy importante, porque ahí está el mercado de los próximos seis años. Y me parece que esa es la información que nos hace mucha falta, y que los que tienen estos ejercicios podrían poner a disposición de los analistas sus bases de datos.

Ese era mi comentario; me parece que falta mucho eso: el porqué. Y no el porqué votaron por Fox, que es lo más fácil de explicar; alguien puede explicar por qué votaron por Labastida, porque es complicadísimo, porque hay 13 millones y medio de personas que votaron por Francisco Labastida y su partido, es muy complicado.

RAFAEL GIMÉNEZ: A mí me parece que sí se van aclarando algunas cosas. Sí difiero bastante de lo que

Javier Alagón comentaba en las mesas anteriores. Me parece que, por lo menos, ya hay unas hipótesis que podemos eliminar, en este momento, ya con información de encuestas de salida (*exit poll*), y de levantamientos continuos (*trackings*) de Presidencia, de nosotros, del panel, podemos saber que no hubo un flujo masivo de indecisos a favor de Fox, en las últimas semanas, ni mucho menos. Esto es muy importante.

Ese ya es un descubrimiento muy importante de por qué es. La pregunta original de por qué fallaron las encuestas finales; algunas de las encuestas finales, ya empieza a quedar ahí un poquito relegada una parte. No fue porque se movieron masivamente los indecisos a favor de Fox; eso ya no tiene ningún sentido, y creo que es un descubrimiento muy importante en este evento.

Creo que quedan por revisar muchas cosas, como efectos de las preguntas, el trabajo de campo, la no respuesta, diseño de muestra; faltan consensos sobre marcos muestrales, aplicación de diseño, etcétera. Hay muchas cosas por ahí, pero me parece que ya van quedando algunas cosas de lado, independientemente de si se cruzaron en abril o no las tendencias de las preferencias electorales.

Nuestra problemática de las encuestas finales empieza a quedar despejada, en algunas variables al menos. Me parece que sería muy útil reducir los diseños, mirar efectos como: cómo podríamos reducir estos diseños de enormes muestras de los conteos rápidos, para saber si por ese lado podemos mejorar algo, en el aspecto muestral y demás, en el caso de las preelectorales.

No podemos hacer en una encuesta preelectoral, con mil 500 ó dos mil 400 secciones, u 800 secciones; así no se hacen las preelectorales al menos. Creo yo que eso hay que explorarlo bastante más en este caso.

Cómo aprovechar esa información de los conteos, del muestreo, para las encuestas preelectorales. Yo creo que el panel es un ejercicio extraordinario para muchas cosas de estos debates, y en este asunto de la escala, me parece que hay varias alternativas.

Lo que se ha intentado en otros lados, es ponderar estos mismos resultados; ponderar por esa escala, digamos, los resultados, para tratar de tener un estimador de participación, el modelo y todo lo que quieran, y me parece que los cuestionarios, aunque no se modifique la pregunta electoral, es un hecho que los cuestionarios entre muestras telefónicas, cambiaron profundamente cuando se pasó de campo a telefónicas, y es básicamente porque se obtienen resultados distintos.

No nada más es un efecto de que se está representando o no a la población; creo que la técnica de la entrevista tiene efectos profundos, en la construcción de

cuestionarios en Estados Unidos, y que sería muy atento ir revisando e ir aprovechando información como la que han presentado hoy.

Entonces, me parece que sí hay bastantes respuestas ya mirando los levantamientos continuos (*trackings*) y las encuestas de salida (*exit polls*), algunas de las preguntas de las preelectorales.

ALEJANDRO BUENDÍA: Para Alejandro Moreno una pregunta muy concreta: en la escala de probabilidad de votar mencionaste que los que decían ocho y nueve, el 92 por ciento votaron y los que decían 10, 98 por ciento. Pero, ¿qué porcentaje de tu muestra, de tu total de entrevistados te dieron una respuesta de probabilidad de votar entre ocho y 10? Porque si este es un porcentaje muy alto, entonces lo que vamos a tener es que el filtro ya no es tal, porque todos están cayendo en estas categorías.

Y en relación al modelo de composición del Congreso, creo que en general el campo de la opinión pública es un campo donde han convivido de manera muy fructífera en Estados Unidos, pero lo estamos viendo cada vez más en México, tanto actuarios como sociólogos, politólogos, etc.

Y creo que en el caso particular de estimación del Congreso es un ámbito donde se podría ver o se podría dar una mayor comunicación entre politólogos y la gente que hace estos conteos rápidos, porque en ciencia política una de las áreas más estudiadas es precisamente ver el efecto de los sistemas electorales, cómo se traducen los votos en escaños y hay un gran número de fórmulas o al menos hay un par muy precisas que se han probado en diversos países del mundo, que lo que permitirían es estimar la composición del Congreso a través de una muestra relativamente pequeña, donde quizá para el caso mexicano para incorporar el hecho de que tenemos representación proporcional lo único que necesitaríamos sería tener estimaciones a nivel circunscripción.

FRANCISCO SÁNCHEZ VILLARREAL: Yo tengo una pregunta muy puntual: ¿Cuál era la intención de voto del panel, cuál era la intención de voto precisa del panel, no sé, porque también podría dar algo en comparación a las otras encuestas de Reforma? En el general, pero el último particularmente mucho que desear, la estimación final.

ALEJANDRO CRUZ: Bueno, en relación a lo de la manera como se pregunta en las encuestas telefónicas nosotros hemos investigado bastante al respecto. En las telefónicas tenemos la limitante, por ejemplo,

que tratamos de solucionar en las de vivienda, por ejemplo, con las boletas.

En los procesos electorales el preguntar por partido o preguntar por candidato nos puede dar resultados muy distintos, sobre todo si el candidato es una persona bastante conocida para las personas, para los que estamos entrevistando. En la telefónica, obviamente, no tenemos una boleta.

Y no nos soluciona el andar preguntando esta persona, este candidato que es de este partido, este otro que es de otro. ¿Por qué? Pues porque nos sobrerrepresenta a los candidatos de los partidos más pequeños, no tienen idea cómo los sobrerrepresenta el solo hecho de mencionar, porque la persona que ni se sabe, ni se había dado por aludida de que existían esos candidatos, quizá, sobre todo si alguna vez los habían escuchado pero no sabía que habían candidatos, quizá los menciona y esto los lleva a unos errores en cuanto a medir preferencias con las telefónicas.

Entonces, nosotros lo que hemos tratado de hacer es ver hasta qué momentos la preferencia por partido es la que nos va reflejando realmente las preferencias de las personas, en un momento dado, y en qué momento el candidato empieza a pesar.

Por ejemplo, en la elección del Distrito Federal si ustedes preguntaban por candidato al principio a Santiago Creel le iba muy mal. Incluso en las encuestas de vivienda que llegábamos a ver de personas que preguntaban, nada más por candidato, sin relacionarlo con el partido, Creel salía pero muy bajo, cuando en realidad la preferencia era probablemente por el PAN. Y si se hubiera hecho la elección en ese momento habría sido más alta porque la gente hubiera votado más bien por el partido. Entonces, ¿eso cómo lo tratamos de evitar en la telefónica?

Afortunadamente en la elección presidencial tuvimos una cosa que benefició: el hecho de que rápidamente se identificó, se identificaba a los candidatos de los principales partidos, la gente sabía a quién pertenecía Fox, a quién pertenecía Labastida, a quién pertenecía Cárdenas.

Entonces, ese asunto sí es muy importante, pero sí efectivamente lo hemos tratado de controlar y ver cómo hacerle para que no nos sesgue los resultados en cuanto a preferencias electorales y creo que hemos tenido muy buenos resultados.

Que si puede ser un mejor predictor la telefónica que lo de vivienda, bueno, les voy a decir que en parte depende de cómo están preguntando esta preferencia y, en segundo lugar, a veces sí notamos que hay cierto sesgo.

No les podría decir, yo creo que se necesita más investigación, pero hemos encontrado ciertas regula-

ridades. Cuando la población que dice tener teléfono, por ejemplo, en el caso del PRI, que prefiere a este partido, es menor que el que aparece en las telefónicas curiosamente, parece que las telefónicas sí nos están reflejando más lo que en verdad pasa.

Bueno, falta más investigación, yo no podría asegurarlo al 100 por ciento que así es.

OLIVIA PÉREZ: Lo que hemos detectado, nada más que afirmo un poco lo que estás diciendo, es que la gente te da respuestas más reales, más severas en la telefónica que en persona.

O sea, teníamos datos que podíamos comparar hasta físicamente. Voy a decir el ejemplo. En esto de los automóviles teníamos lo que era la incidencia de problemas con el coche; entonces teníamos datos que la incidencia de problemas en entrevistas personales en México era menor que en Estados Unidos y evidentemente era el mismo coche, la misma planta, o sea, tenías que tener probabilísticamente el mismo número de problemas.

Cuando hacemos el muestreo telefónico el número de problemas ya se comprobaba. Es decir, parece ser que aquí lo que llaman el “sesgo de cortesía”, o sea, en la entrevista personal no te van a mencionar muchos problemas y en la telefónica sí, porque no saben con quién están hablando relativamente.

O sea, sí confirma eso; en la telefónica la gente tiende a decirte más la verdad, es decir, al comparar esto de problemas, que era un ejemplo comparable real, sí nos pasaba; en la personal bajaba el número de problemas, teníamos sobrerreportes, y en la telefónica sí nos coincidía con los problemas de los coches en Estados Unidos.

ALEJANDRO BUENDÍA: Pasando a alguno de los otros temas en cuanto a la presentación, no, nosotros no llegamos como el Gobierno porque ya sabemos qué va a pasar. Entonces, se presentan de manera mucho más amable, digámoslo así, una institución, una universidad interesada en saber ese tipo de cuestiones.

La no respuesta. Nosotros hemos hecho algunos estudios sobre la no respuesta, precisamente para saber qué hacer.

No sé si está refiriendo la no respuesta en sí a la pregunta electoral o al no responder nada, o sea, rechazar la entrevista.

Olivia acaba de terminar un estudio precisamente un poco en ese sentido y ahora les va a referir al respecto.

En cuanto a sí fue preciso por el levantamiento continuo (*tracking*) o por la fecha, bueno, en realidad

no es por el levantamiento (*tracking*), o sea, pudo haberse levantado una sola encuesta y haber traído estos resultados.

Efectivamente es en parte, por lo que se ve, es por la fecha. Y precisamente vamos a relacionarlo con la pregunta.

Bueno, nosotros ¿cómo vemos, qué pudo haber sido la tendencia realmente en encuesta? ¿Cuándo se juntaron, si es que se juntaron?

Nosotros aplicamos esta misma muestra en meses anteriores. Claro, siempre nos queda la duda: bueno, realmente cuándo fue, porque no tenemos este seguimiento continuo más atrás.

En mayo, como lo mencionó en la Mesa 1 el doctor Ulises Beltrán, ya teníamos con esta misma muestra 41 por ciento -40 por ciento a favor de Labastida-, pero es un punto, éstos están empatados en mayo; esto es principio de mayo, nos esperamos a que pasara el debate y unos días para que también se diluyera un poco el efecto inmediato del debate.

¿Y qué teníamos en febrero? Bueno, una diferencia a favor de Labastida como de tres puntos en febrero. Si sacáramos, con estos pocos datos, estas pocas observaciones una línea de tendencia, bueno, ya, digamos, a principio de año ya venían muy pegados, en mayo quizá allí es más o menos donde se está dando, digamos, que Fox va rebasar a Labastida y llegan a la elección con una diferencia no muy grande.

OLIVIA PÉREZ: Con respecto a la distribución por escolaridad es el perfil que encontramos con la muestra. Las correcciones que hacemos nosotros con parámetros poblacionales son nada más de sexo y edad. No utilizamos estimadores de regresión; en este momento lo que hicimos fue utilizar estimadores de razón en cada momento y ver cuál era la estabilidad. Habría que hacer el otro experimento y ver qué hubiera sucedido; yo creo que casi se hubiera encontrado lo mismo.

Que si la precisión se debe a que si se hizo en el mes de junio o al diseño, yo creo que las dos cosas pueden ser ciertas. Pero lo que sí, el experimento que hicimos y que tiene que ver un poco con la inquietud también de Javier Alagón, en la Mesa 5, de que ya tenemos los datos del PREP.

Entonces, validamos, por así decirlo, nuestra muestra con lo que hubiéramos obtenido si hubiéramos hecho un conteo rápido y con las 120 secciones tenemos una sobreestimación al PAN de un punto y una subestimación al PRI de dos puntos.

Al hacer la encuesta se invierte, la subestimación es hacia el PAN y la sobreestimación es hacia el PRI.

Claro que tiene que ver allí con que hay más etapas de muestreo, o sea, el error va a ser mayor, pero sistemáticamente es la sobreestimación hacia el PRI, la subestimación hacia el PAN.

Entonces, sí tuvo que ver el diseño dada esta validación, por así decir, pero también la otra etapa.

La manera en la que sustituimos los casos cada dos días fue que no hubo independencia hasta nivel de sección, o sea, la muestra fue la misma de 120 secciones y lo que hacíamos era sustituir los casos dentro de esas secciones; básicamente un día se levantaba la encuesta en una manzana que se elegía aleatoriamente, en la siguiente fase se levantaba en otra manzana.

Con respecto a la no respuesta y al rechazo en sí a la entrevista y al “no sabe”, “no contestó”, pues hemos hecho algunos estudios. Lo que encontramos en este caso, por ejemplo, y que lo presentó el doctor Ulises Beltrán, es que ahora sí encontramos una asociación realmente no muy grande pero sí era estadísticamente significativa entre el tamaño del rechazo y la proporción de voto hacia determinado partido

O sea, donde tuvimos más rechazo teníamos, bueno, finalmente ahora con los datos del conteo vimos que efectivamente hubo un nivel de votación hacia el PAN mayor.

Con respecto al “no sabe”, “no contestó”, bueno, dado el número de casos que tenemos en esas categorías, los tuvimos que juntar, ahí sí no encontramos ninguna asociación con respecto a la preferencia electoral.

Ahora, en el levantamiento continuo (*tracking*) acumulado que tenemos un número mayor de casos y que podemos ver ciertos sesgos o comportamientos, sí vemos que, por ejemplo, el “no sé”, pareciera que efectivamente es “no sé” y después se distribuye pues casi proporcionalmente a los partidos; pero el “no contestó” sí tiene, parece, una connotación más opositora.

En nuestro levantamiento (*tracking*) si vemos las poblaciones por separado, la población que tiene teléfono y la que no tiene teléfono, y lo comparamos con los resultados de la encuesta de salida (*exit poll*) en el 2000, vemos que, en nuestro caso, la población que sí tiene teléfono la estimamos con mayor error que la población que no tiene teléfono.

Y una cosa importante que se ve ahí es que en la población donde estimamos con mayor error tenemos más proporción de “no contestó” en la no respuesta, mientras que donde no nos equivocamos tanto, que de hecho casi fue preciso el problema de no respuesta era más debido a un “no sabe”.

Ese es un estudio que tendríamos que explorarlo más porque esto es básicamente con datos agregados, habría que ver realmente qué está pasando pero, bueno,

sí es una evidencia que nos da un camino para buscarlo por ahí.

Bueno, un último comentario acerca de la no respuesta, pero a la pregunta electoral. Nosotros, hace tres años, hicimos un experimento precisamente con gente que sí votó, porque les fuimos a revisar el dedo, en Morelos. Como está aquí cerca, pudimos hacerlo el mismo día, de manera que no se les borrara.

Y volvimos a preguntar preferencia electoral. Claro está que el resultado también puede llevar a alguien a modificar “no, pues este ganó, entonces ahora sí ya no quisiera votar por nadie”, pero lo que vimos es que efectivamente en la no respuesta a la pregunta electoral, no es lo mismo.

Por ejemplo, el ninguno; el ninguno sí es una persona que generalmente no le interesa nada, es la que menos fue a votar, porque es muy claro el sesgo, muy poco de ese universo. Le encontramos el dedo o la credencial marcada, de que había ido a votar.

El “no sabe”, presenta un poco esas características. Es gente que, por ejemplo, llegamos a encontrar 50 por ciento de ese público, no fue a votar. Es gente que no está interesada, quizá, en la política; a todo le contesta no sabe. Si ustedes lo ven, ese tipo de preguntas era muy consistente.

Y “el no contestó”, es otro tipo de persona, en buena medida; es una persona “sencillamente, no le quiero decir a usted. El voto es secreto, para qué me pregunta, quién sabe de dónde viene usted”.

Incluso, si ustedes vuelven a preguntar la preferencia, de otras maneras, ya que entraron más en confianza, van a ver que sí les da la preferencia; eso es muy evidente, y esto hay que tomarlo muy en cuenta si pensamos que por el lado de los indecisos, todo se resuelve, de esta no respuesta. Muchos de estos no votan. Al menos no van a ir a votar, y los que sí, pueden tener comportamientos muy distintos.

ALEJANDRO MORENO: Sí, nos sentimos muy satisfechos del panel; la verdad es que fue uno de los ejercicios que nos dejó satisfacción, en muchos sentidos, fue una inversión que valió la pena, también en un asunto que no mencioné, pero la convivencia, por ejemplo, de la gente de investigación, tanto de Reforma, como El Norte, como de Mural, con los académicos que están detrás de todo esto, pues creo que le añadió mucha más riqueza, incluso a nivel de personal y a nivel de información, bueno, uno de nuestros editores lo llegó a llamar “la joya de la corona”.

Yo no sé si exageró o no, pero creo que sí nos sentimos, al final, muy satisfechos. Roy Campos, sí les avisamos que les íbamos a preguntar otra vez, de he-

cho, les dijimos que en algunos casos pudiera ser dos o tres, incluso hasta cuatro veces. En un principio, al menos en la primera ronda, no les dijimos fechas, porque nosotros no las sabíamos; todavía no hacíamos la selección aleatoria de puntos, entonces no les podíamos decir, desde la primera vez: voy a regresar específicamente en tal fecha, pero sí les dijimos “podría ser en mayo”, casi casi para abril o para mayo.

Les dijimos, en algunos casos, no muchos, pero sí llegamos incluso de quienes teníamos sus teléfonos; yo preferí que no se hiciera, precisamente para disminuir posibles sesgos. Tuvimos la idea por ahí de que, sobre todo, a niveles medios, medios altos, se les avisara por teléfono. Hubo mucha gente que nos dio su teléfono, incluso me parece que, en ese sentido, fue muy bueno. Me quedé con la impresión equivocada.

Uno de los participantes del panel, efectivamente, me enteré por Roy Campos, que era el dentista de Roy Campos, allá en Aguascalientes. Me sorprende ahora tu cambio, porque la primera vez que platicamos, mi impresión fue que está muy entusiasmado y está muy contento de que lo encuestáramos, y de que el encuestador haya llegado y, por ejemplo, la persona que salió a la puerta, pues creo que fue su hija –según acabas de decir–, y el encuestador le dijo: es que estamos haciendo una encuesta, ah, pues hángamela a mí.

Y entonces le dijimos: no, es que no se puede a usted; perdónenos, gracias por la amabilidad y todo, pero tiene que ser a esta persona en específico. De hecho, también le comenté ayer a Jorge que nos tocaron unos gemelos, y el encuestador dijo: es que es el gemelo, que es idéntico, que la misma fecha de nacimiento y que no sé qué. Le digo, pues sí, pero no se puede; tiene que ser al otro.

Ahora, sí les dimos regalos, tratamos de que fueran regalos sencillos, pero que el encuestado también que tuviera el sentido de decir: bueno, me quedé satisfecho; está bonita, una tacita de Reforma. Pensamos en darles billetes de Lotería.

Tuvimos varias sesiones de diseño, incluso con la gente, con los académicos, que nos daban las ideas más teóricas, y después, con la gente de los equipos de investigación, que era más la práctica, la logística. No me acuerdo la razón por la cual no nos fuimos con billetes de Lotería; la verdad es que fue una discusión que tuvimos hace año y medio casi, o al menos 12 meses, pero casi en todos los casos fueron regalos que al encuestador le costaba trabajo llevarse y que nos aseguraba que los dejaba y que no se los regresara.

Camisetas, gorras, tacitas de Reforma o de El Norte; es decir, ese tipo de cosas, sin mucho mayor valor monetario, y también variaron, dependiendo del nivel,

en algunos casos. Sí, definitivamente incrementa el costo; ni siquiera yo sé cuánto, pero definitivamente lo incrementa, y no solamente el costo monetario, también el costo de operación; los encuestadores se desgastan, los encuestadores este semestre, quizás es algo de lo que no se ha mencionado aquí tampoco, pero nosotros teníamos todos los fines de semana, todos, sin excepción, de enero a julio, algún ejercicio de encuesta, todos. Y en algunos casos puede ser el mismo personal, en otros, en otra; entonces, también tiene un costo.

El encuestador que regresaba del panel, pues casi casi nos pedía “necesito vacaciones”. Esta gente que siempre nos está pidiendo trabajo, y que entre más trabajo haya, era mejor, obviamente, para el encuestador, y sí es bastante desgastante, como dije, vale la pena.

Y sí hubo un grupo de control; fue la encuesta post-electoral, no intermedias, porque de por sí era difícil encontrar a toda la gente, no íbamos a añadir a nadie nuevo, pero el grupo de control es la encuesta postelectoral. No hemos hecho muchos ejercicios; sí se van a hacer, el único hasta ahora más serio, en ese sentido, han sido las pruebas de Análisis de Varianza (ANOVA), de James McCann, acerca de la falta o que llega a la conclusión de que realmente no tenemos sesgos graves, por inducción del encuestador. Ahora voy a tratar eso un poco más, con lo de Juan Manuel Herrero, pero hay mucho que hacer todavía.

Es decir, no hemos tenido tiempo; tanto nosotros, en Reforma y, de hecho, quizás en Reforma tampoco lo hagamos tanto; más bien, vamos a recibir las cosas que los mismos académicos que están involucrados, nos vayan diciendo. A lo mejor en un año, vamos a encontrar qué cosas no hicimos bien, o a lo mejor vamos a encontrar que esto salió mejor de lo que esperábamos. No lo sé. Eso es algo que es conocimiento potencial agregado; no lo sabemos todo.

De hecho, los resultados, como dije, son una minúscula parte de lo que hemos visto, todo lo que nos puede ofrecer el panel. En algún momento, esto no lo mencioné, pero teníamos la posibilidad de hacerlo telefónico, algunas reentrevistas, lo cual abarataría el procedimiento. Decidimos no hacerlo, porque el cuestionario del panel, que es bastante largo, está lleno de escalas que se muestran con tarjeta, entonces, esto es lo que mencionaba Ian Reader, no se pueden llevar a cabo por teléfono, cambia la lógica del levantamiento.

Esto me lleva a la pregunta sobre encuestas telefónicas. A mí me encantan las encuestas telefónicas; yo soy de los que les gusta hacer encuestas telefónicas; en la medida en que la encuesta se puede hacer por vía telefónica, se hace. No pensábamos, antes del 2 de julio, que pudieran servir como un buen estimador de

las preferencias electorales. Después del 2 de julio, tampoco creo que necesariamente lo puedan ser.

En el Estado de México, si recuerdan algunos de ustedes, nos fue muy bien con las encuestas telefónicas; se criticó duro que ponderábamos incorrectamente, lo dejamos de hacer. Nuestro resultado final de la última encuesta telefónica, a nivel nacional, lo mostré hace dos días, y era, al menos en términos del ganador, mucho más precisa que nuestra nacional sin filtros.

Algo de lo que más me gusta de las telefónicas es que las podamos hacer en cualquier momento, muy fácil, supervisar el 100 por ciento del trabajo, sin ningún costo adicional, lo cual hace todavía de más rigor, de más calidad; tenemos la infraestructura, en el caso de Reforma, para estarlas haciendo. Entonces, a mí, la verdad, me encantan.

En cuanto a lo de regresiones; nuevamente, esto es algo que no se ha hecho, pero potencialmente ahí está; sí se va a hacer. Hemos hecho algunas cosas de corte académico; sí se empiezan a hacer esos ejercicios, pero todavía no tengo un diagnóstico de finalmente esto es lo que se hizo en el panel. Estamos llenos de una literatura nueva, de corte académico también; por ejemplo, acaba de salir –lo comentaba con Jorge Buendía– hace unos cuantos meses, un artículo muy interesante de Larry Batels, comparando los paneles de la American Elektrik Stores, en Estados Unidos, con las encuestas transversales, llegando a la conclusión de que el panel puede ser un ejercicio perfecto, a pesar de las tasas de abandono (*Attrition Rates*), que comentaba Javier Alagón en cuanto a eso.

Yo creo que aquí es muy importante tratar de sacar las causas del abandono (*Attrition Rates*) o de las tasas de deserción, y no solamente ver la magnitud de estas: cuánto fue el nivel de deserción, sino ¿por qué?. Nosotros, medimos, a sugerencia de Roy Pearson, académico en la Universidad de Michigan, que utilizáramos las mismas escalas que él usó, en los años 60, en un panel en Francia.

Entonces, nos dio las mismas razones. En general, recuerdo que fueron bastante parecidos los porcentajes de deserción, aunque nosotros, por otras razones, tuvimos que meter nuevas categorías. Entre las categorías que me vienen a la mente, que utilizamos, fue: el individuo ya no vive ahí, que el individuo ya no quiere seguir con el panel; que sí vive allí, pero que ya se fue a Estados Unidos a trabajar, o cualquier razón. Entonces, sí utilizamos ese tipo de cosas.

Con respecto a la pregunta de María de las Heras: por qué uno vota por uno y otro vota por otro, es lo que los politólogos hemos querido contestar, por generaciones. Yo te invitaría, tanto a ti como al resto del

grupo, dado que no todos son politólogos, y no tienen porqué serlo cuando hacen encuestas electorales.

Lo que sí hay, es una nueva literatura. En los 90, hay el surgimiento de una nueva literatura en la ciencia política en México, que utiliza muchas de las encuestas que se han hecho; por ejemplo, me vienen a la mente las encuestas de Gallup, de 1988. Dieron para un libro maravilloso, sobre comportamiento electoral en México, el de Domínguez y McCan, con los datos de Ian Reader.

Las encuestas de Miguel Basáñez, desde los años 80, han dado cosas maravillosas no sólo para lo que él hizo en su momento, sino para lo que ahora estudiantes nuevos y gente vinculada con lo académico, han hecho, y que ahí están.

Aquí hay gente como Francisco Abundis, Jorge Buendía. Hay una literatura nueva, que tampoco es muy amplia. El único problema con esta literatura, que utiliza, por ejemplo, las bases de datos de Reforma, las de consulta Mitofski, que por ejemplo la encuesta de salida (*exit poll*) de 1994, ha dado para cosas magníficas, en términos mucho más académicos.

Yo les diría: no dejen de lado esa literatura. El problema con la mayoría de ella, es que se ha publicado, por ambiciones de quienes las escriben –o escribimos– quizás por mayor facilidad de publicación, se ha escrito casi todo en Estados Unidos, se han publicado allá. Algunas cosas igual y han quedado sin publicar, pero forman parte, me imagino, de documentos de trabajo (*working papers*) en el CIDE, en el ITAM, etc.

Yo les diría, para ese tipo de preguntas, sí acérquense. La parte académica, yo siempre lo he comentado así, en el momento en que sale la encuesta profesional, ya sea de un medio de comunicación o de un partido, esa es la parte rápida; aquí está esto, pero después viene el trabajo académico, con mucho de eso, que a lo mejor a veces llega dos, tres, cuatro años después, pero que ahí está y que, bueno, nos podrían contestar ese tipo de cosas.

De hecho, muchos de los asuntos que hemos estado discutiendo, pues sí, ya tienen una evidencia ahí. Y, bueno, creo que más o menos eso sería. Tengo un par de cosas más de Buendía: la probabilidad de voto, que todos caen en esa categoría.

También, Jorge, yo diría ahí lo que mencioné esta mañana de la escala, fue lo que calculé hoy, antes de venirme aquí, no tengo la respuesta; todo esto es conocimiento potencial. Espero que conforme vaya saliendo, pues nos vaya a todos dilucidando algunas cosas extras.

Lo que sí puedo decir es que la intención de voto, que me preguntaba Rafael, es que en la preelectoral los teníamos empatados; con la muestra total entre vo-

tantes probables debimos haber traído a Fox arriba; habrá que verlo.

Pero en la muestra total de los sobrevivientes; no sobrevivientes, de los participantes en junio, era un empate.

RAFAEL GARCÍA: En efecto, Roy Campos, hubo tres informes que se generaron, uno fue hacia las 22:00 horas; otro, hacia las 24:00 horas, y otro a la 01:00 horas. Los porcentajes que traíamos, eran alrededor de 40 por ciento, 70 por ciento y 85 por ciento de secciones. Traíamos todos los distritos reportados, más no con sus cinco secciones cada uno.

Un comentario de encuestas telefónicas. Algo que no se ha dicho, y que es una ventaja impresionante en telefónicas *versus* entrevistas personales; en las entrevistas telefónicas, uno prácticamente elimina los errores de salto en el cuestionario. Yo no sé ustedes, pero en nuestras experiencias, los errores más comunes de campo es el seguir las instrucciones del cuestionario por el personal de campo.

En la entrevista telefónica, es prácticamente inexistente el tema. No sólo no hay errores de salto en los cuestionarios telefónicos, sino que hay validación instantánea en tiempo real, contra preguntas previas y diálogos para corregirlas, en tiempo real. Eso sólo lo permite un sistema, como el telefónico.

ALEJANDRO GARNICA: Tengo la desventaja, frente a ustedes, que esta es la única mesa a la que pude asistir; no vine ni jueves ni viernes, pero tengo la ventaja de que estoy más fresco que ustedes, que seguramente ya oyeron muchas cosas.

Creo que se presentaron aquí, en esta mesa, tres ejercicios muy creativos, de cómo relacionar intenciones y finalidades que se buscaban con las investigaciones, con realidades operativas y presupuestales. Creo que fue muy claro, es algo que normalmente no se toca, pero se tiene que ver también cómo la investigación tiene que corresponder a la realidad y que tiene, sobre todo, unas exigencias presupuestales muy fuertes. Me parece que, tanto el panel como el ejercicio de la empresa Levanta, claramente se ve esto.

Desde luego, no es el momento de hablar de resultados, yo creo que hay que hablar más bien de acciones para el futuro. Sí soy de los que creo que el 2 de julio fue un hito en la industria de las encuestas para México, pero también creo que de aquí en adelante va a ser otro camino totalmente distinto.

Sí creo, como María de las Heras, que el papel de adivinadores se va a acabar, que se va a querer mucha más contribución por parte de quienes están haciendo las campañas para que haya creatividad, y desde luego, claramente uno de los temas más importantes es ¿por qué la gente vota?, pero también ¿por qué la gente no vota?

Por qué, en una elección que despertó tanto interés público, como la del 2 de julio de 2000, tuvimos un porcentaje de abstencionismo mayor que el de 1994. Eso es algo que deberíamos de tratar de averiguar, a través de los múltiples ejercicios que hubo, tanto preelectorales como el 2 de julio, como postelectorales.

Y bueno, finalmente, también hay una gran agenda para el futuro, que tiene que ver mucho con, otra vez, creatividad en el uso de recursos para poder estar haciendo investigación. Recuerdo que alguna vez Monsiváis dijo que si a Carlos Fuentes le habían dado una beca para escribir un libro, aquel “Cristóbal no-nato” que hizo, de 800 páginas, él quería una beca para poder leerlo.

Me parece, entonces, que también la industria tiene que hacer una gran cantidad de cabildeo (*lobbying*), como dicen los norteamericanos, para tener recursos y poder hacer todos estos análisis que se necesitan. Es decir, hay una montaña de datos, que tienen que salir varios cientos de tesis de doctorado; tienen que salir varios cientos de artículos, tienen que salir varios cientos de ponencias en todo el mundo, porque este ejercicio no se puede quedar hasta aquí; o sea, tiene que haber una gran cantidad de análisis, para poder responder, con preguntas como las que se están haciendo ahora, que parecerían un poco inocentes, como: ¿Debemos de hacer o no telefónicas?, ¿cómo tratamos la no respuesta, cómo tratamos a los indecisos?

Desde luego, esto refleja el estado en el que estamos. Claramente, México llegó tarde a las encuestas electorales, no tenía ninguna razón antes, ¿para qué?, si no había competencia, pero creo que nos estamos poniendo, muy rápidamente, a tono con lo que está en el resto del mundo.

Entonces, más bien el 2 de julio no se acaba; en el 2 de julio empieza otra cosa, y habrá que cambiar muchas maneras de trabajar y, sobre todo, obtener estos recursos para poder hacer análisis; si no, no estamos cumpliendo con la segunda función de investigación, que no nada más es descubrir qué pasa, sino tratar de darle un entendimiento. ■