

RELATORÍA

.....

Ana Cristina Covarrubias

Esta relatoría presenta en forma sintética lo expresado por cada ponente de la Mesa 1, y la última ponencia incluye, además de las principales conclusiones metodológicas derivadas de estas ponencias, las de los comentaristas participantes en el debate que se realizó al final de la sesión.

Un 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, objeto de la presente relatoría, 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.

Resumen de ponencias

.....

Ricardo de la Peña

ISA-GEA

El autor inicia su presentación aclarando que el programa de encuestas que llevó a cabo estaba inserto dentro de un proyecto de construcción de escenarios político electorales que tenía por tarea seguir la evolución política del país en el mediano plazo. En total realizó 12 levantamientos que se iniciaron desde junio de 1998. En el año 2000 llevó a cabo cinco.

En cuanto a los aspectos metodológicos que rigieron a sus encuestas, el autor puntualizó lo siguiente:

- 1) Definió como población objetivo a los mexicanos nacidos antes de julio de 1982, residentes en el territorio nacional, con credencial de elector.

- 2) Para estimar el segmento de probables votantes utilizó la siguiente pregunta: ¿Qué tan factible es que vaya a ir a votar en las próximas elecciones federales? La respuesta se registró en una escala de cuatro puntos: Seguro sí, Probable sí, Probable no, Seguro no. Se consideraron votantes probables a los que declararon ir a votar con seguridad. En las encuestas realizadas entre febrero y junio de 2000, la proporción de votantes que respondió seguro que sí se elevó de 58 por ciento a 75 por ciento.
- 3) En sus distintas evaluaciones utilizó siempre muestras independientes. Aclaró que no empleó la alternativa de panel por los problemas que conlleva de mortalidad y sensibilización.
- 4) El tamaño de muestra para cada levantamiento (a excepción de la encuesta final en donde empleó dos mil 400 casos) fue de mil 200 casos distribuidos con igual proporción en los 30 distritos electorales que previamente seleccionó con probabilidad proporcional al tamaño (PPT). Dentro de cada distrito electoral seleccionó ocho secciones mediante muestreo aleatorio simple. Las unidades primarias de muestreo (distritos electorales) fueron las mismas en todas las muestras a excepción de la última encuesta en la que se duplicó el número de distritos.

El autor aclaró que ante diversos cuestionamientos provenientes de los propios clientes del proyecto, en el sentido de que podría haber un sesgo en las estimaciones debido a la específica selección de distritos en muestra, en el mes de marzo llevó a cabo otra encuesta en la que siguió los mismos procedimientos de selección, pero cambiando los distritos. El resultado fue que no encontró diferencias significativas entre la muestra original y la alterna en las estimaciones de voto por candidato.

También señaló que ante la posibilidad de que sus encuestas tuvieran un sesgo debido al orden de presentación de la pregunta de intención de voto, realizó un experimento consistente en aplicar en muestras paralelas y bajo condiciones equivalentes, dos cuestionarios diferentes en cuanto al orden de presentación de la citada pregunta. Uno tenía la pregunta al principio y el otro casi al final. Los resultados demostraron que sí hay un efecto asociado al distinto orden de presentación de la pregunta y este efecto es que la colocación al principio del cuestionario, eleva la proporción de indefinidos. Sin embargo, ello no produce cambios significativos en las estimaciones de preferencias entre candidatos.

En la segunda parte de su exposición el autor presentó su serie histórica en la que dio cuenta de que en lo tocante a las evaluaciones del año 2000, él encontró a Vicente Fox Quesada (VFQ) aventajando a Francisco Labastida Ochoa

(FLO) desde el mes de febrero en intención manifiesta de voto por candidato. La tendencia de VFQ fue descendente hasta el punto de que se invirtió en su primera evaluación del mes de junio y finalmente en su segunda evaluación de junio, detectó un repunte de VFQ con el cual quedó con un punto porcentual por encima de FLO.

El autor terminó remarcando la importancia del registro de la variable de “probables votantes” porque en su opinión el decantar la muestra en función de la seguridad de ir a votar, sí mejora las estimaciones de las proporciones de intención de voto. Deja como reto para el futuro de la investigación el mejorar la forma de “medir” dicha variable.

.....

Alejandro Moreno

DIARIO REFORMA

La ponencia de Alejandro Moreno se inició con la presentación de la vitrina metodológica que fue publicada por el diario Reforma acompañando a las siete encuestas realizadas de enero a junio del 2000. Siendo los datos principales de dicha vitrina metodológica, los siguientes:

Marco muestral: Lista de secciones electorales estratificadas por tipo de sección.

Tamaño de muestra: Entre mil 500 y mil 650 casos y error teórico de estimación del 2.5 por ciento al 95 por ciento de confianza.

Población objetivo: Mexicanos de 18 años o más de las 32 entidades federativas del país.

Procedimiento de muestreo: Probabilístico con selección en tres etapas que incluyen: a) puntos de levantamiento, b) selección de viviendas y c) selección de las personas entrevistadas.

Técnica de recolección de información: Entrevista cara a cara en vivienda.

Pregunta sobre intención de voto: Utiliza urna con boleta que contiene nombres de candidatos y logos de partidos y alianzas.

El autor hizo especial hincapié en el tema de control y supervisión del operativo de campo, puntualizando que se realizó en tres etapas complementarias:

- a) Supervisión directa durante la aplicación de cuestionarios en un recorrido aleatorio, en el que se contactan entre 25 y 30 por ciento de los encuestadores.

- b) Supervisión después de la aplicación de cuestionarios, regresando al 20 y hasta el 25 por ciento de los puntos elegidos al azar.
- c) Supervisión estadística por medio del análisis de resultados obtenidos, tomando como variable de control el número de encuestador.

Asimismo, el autor señaló que en sus publicaciones presentó las estimaciones de la intención de voto en porcentajes ajustados, esto es eliminando la “no respuesta” pero que siempre dio cuenta de la proporción de “no respuesta” hallada en cada evaluación.

En la segunda parte de su presentación, el autor discutió, analizó y presentó evidencias que apoyan la conveniencia de usar el indicador de “probables votantes” para mejorar la calidad de las estimaciones de las proporciones de voto. Con el fin de llegar a definir el indicador de “probables votantes” el autor utilizó un modelo de regresión LOGIT donde la variable dependiente es el probable votante y las independientes son múltiples de carácter político, geográfico y demográfico. Fueron tres las variables que el autor encontró como las que mejor permiten definir a los “probables votantes”: “interés en la campaña”, “probabilidad de ir a votar” y “probabilidad de éxito del candidato preferido”.

Para terminar, el autor presentó un cuadro en el que compara las cifras que publicó en junio, las que resultan de decantar la muestra en función del indicador de “probables votantes” y las de los resultados oficiales. El cuadro ilustra cómo las proporciones derivadas de la aplicación del indicador de “probables votantes” mejoran considerablemente en precisión. Sin decantar, el error promedio para los tres principales candidatos y resto es de 2.5 por ciento y con el uso del indicador se reduce a uno por ciento.

.....

Manuel Barberena

PEARSON/GREENBERG

nes federales de 1994, o que aún no tenían edad para votar en dichas elecciones, pero hoy sí están en posibilidad de votar; y el otro, el de personas que en una escala de 10 puntos sobre la seguridad de ir a votar, contestaron del siete al 10.

Marco de muestreo: listado de secciones electorales del IFE, estratificado, regiones y tipo de sección electoral.

Pregunta sobre intención de voto: Se utilizó boleta electoral simulada.

Técnica de recolección de información: Entrevista cara a cara en vivienda.

Tamaño de muestra: mil 700 entrevistas.

Selección de la muestra: Se consideraron 30 entidades federativas excluyendo Quintana Roo y Baja California. La totalidad de las secciones electorales se organizaron con respecto a su número de electores, de mayor a menor, al interior de cada estrato. Posteriormente, se hizo una selección sistemática de secciones. Se calculó el número de secciones necesarias para cubrir el total de entrevistas a razón de ocho por cada sección. En promedio se visitaron 200 secciones electorales por encuesta. Ubicados en la vivienda el muestreo fue por cuotas de edad y sexo.

a) Ponderación. Los datos brutos arrojados por las encuestas eran ponderados en función de los siguientes factores: región, edad, sexo, educación e identificación partidista. Los datos base provenían de las encuestas de salida de las elecciones federales de 1994 y 1997 y de los datos del Censo General de Población y Vivienda 1995 (INEGI). El autor puntualizó que los efectos de ponderación fueron mínimos, ya que en promedio la diferencia entre las estimaciones de voto derivadas de datos crudos y ponderados fue de aproximadamente 1.2 por ciento.

El autor mostró un gráfico con las proporciones de voto, decantadas por el indicador de “probables votantes”, derivadas de las siete encuestas que se realizaron de enero a junio del 2000. Los resultados muestran que en todo momento Labastida aventajó a Fox y nunca se cruzaron las tendencias. Asimismo, el gráfico muestra que la tendencia de Labastida era descendente (de 48 a 38 por ciento de febrero a junio) en tanto que la de Fox se mantenía más o menos constante.

En primer lugar se presentaron los aspectos metodológicos que caracterizaron a su serie de encuestas.

Selección de entrevistados: Se utilizó como filtro la credencial de elector.

Definición de “probables votantes”: Se utilizaron dos criterios. Uno, el de personas que votaron en las elecciones

.....

Rolando Ocampo

GAUSS

El autor inició su presentación mostrando las estimaciones de voto de seis encuestas realizadas de enero a junio del 2000. El análisis de su gráfica muestra un marcado crecimiento en las preferencias por Vicente Fox; en enero estaba cinco puntos debajo de Labastida y para abril ya tenía ventaja que mantuvo hasta junio. En las estimaciones del voto en la última encuesta se tuvo un crecimiento de los indecisos, aunado a una ligera baja de Fox.

En la segunda parte de su ponencia, el autor presentó una serie de indicadores que explican las tendencias detectadas en su serie histórica.

Con base en la pregunta sobre la probabilidad de ganar que tenían los diferentes candidatos, se concluyó que Vicente Fox fue convenciendo gradualmente al electorado de tener serias posibilidades de ganar, lo que pudo haberle valido muchos votos. Aunque las probabilidades de Labastida eran más altas al principio, al final fueron descendiendo. También se investigó la percepción de los electores con relación a si comenzaban a ver más como presidente a uno u otro candidato y allí se observó un escenario cada vez más favorable para Fox y menos para Labastida. Aunado a estas percepciones, también se comenzó a ver a un presidente proveniente del PRI como “más de lo mismo” y en consecuencia se fue incrementando el deseo de que perdiera el PRI a fin de sentar las bases para el cambio.

Finalmente, el autor presentó un análisis del perfil de los votantes por edad, sexo y tipo de sección en el cual dio cuenta de los avances que Fox fue registrando a lo largo de la campaña entre las mujeres, los electores de 35 a 44 años y las áreas rurales, avances que le dieron el triunfo.

.....

Eduardo Ragasol

AC NIELSEN-MILENIO

En la primera parte de su ponencia el autor presentó los aspectos metodológicos más relevantes de las dos encuestas que levantó para el diario Milenio en los meses de mayo y junio de 2000, los cuales son:

El tamaño de muestra que utilizó fue de mil 800 casos en la primera evaluación y dos mil 793 en la segunda y última.

El diseño de muestreo es probabilístico, no autoponderado y estratificado con selección de conglomerados en varias etapas con probabilidad proporcional al tamaño. Las etapas consideradas son a) localidades, b) AGEB's, c) manzanas, d) viviendas y e) ciudadanos. Para efectos de construcción de las estimaciones de ambas encuestas se agruparon los 32 estados en nueve regiones y las localidades del país en cuatro estratos a) localidades con menos de dos mil 500 habitantes (rurales), b) localidades con población entre dos mil 501 y 15 mil habitantes, c) localidades con población entre 15 mil uno y 100 mil habitantes y d) localidades con más de 100 mil habitantes. Dado el diseño no autoponderado, se utilizaron factores de expansión para construir las estimaciones.

La selección del respondiente no fue por cuotas sino en función del criterio del miembro del hogar que tuviera la fecha de cumpleaños más cercana al día del levantamiento de la encuesta. Si el sujeto seleccionado no se encontraba en el hogar se regresaba posteriormente, haciendo hasta dos visitas.

El respondiente debía tener 18 años o más y contar con credencial de elector.

Se utilizaron dos indicadores para la estimación de “probables votantes”: Probabilidad de ir a votar, medida en una escala de cinco puntos (totalmente, bastante, medio, poco y nada) e interés en participar, empleando una escala de cuatro puntos. Para los fines de la estimación de “probables votantes” el criterio usado fue estricto, pues se tomaron a los sujetos que dieron la calificación máxima en ambas escalas.

La pregunta sobre preferencia electoral se realizó por medio de urna y boleta y se aplicó inmediatamente después de los filtros y el registro de los indicadores de “votantes probables”.

En cuanto a los resultados hallados, AC Nielsen reportó ventaja de Labastida sobre Fox de siete puntos en el mes de mayo y en la evaluación de junio encontró a Labastida aventajando a Fox por una diferencia de tres puntos porcentuales con lo cual, acerca de esta última encuesta, concluyó que “...el ejercicio no arrojó evidencia significativa sobre quién estaba en primer lugar en la preferencia electoral”

La segunda parte de su ponencia la dedicó el autor a presentar una serie de propuestas para los ejercicios futuros, propuestas que se pueden sintetizar así:

- Buscar indicadores que permitan realmente estimar a los probables votantes y publicar resultados con población “filtrada” y “sin filtrar”.

- Especificar los filtros y los indicadores empleados.
- Buscar elementos en los cuestionarios y en el trabajo de campo para reducir la no respuesta.
- Publicar la distribución del voto incluyendo la no respuesta.
- Especificar si se hizo y cómo se hizo una asignación de la no respuesta.
- Utilizar muestreo probabilístico. El tener control sobre la probabilidad de selección debe prevalecer sobre cualquier otro criterio.
- Especificar a qué variable corresponde el error publicado. Se deben publicar los estimadores, no nada más puntuales, sino interválicos.
- Especificar si el método para calcular el error muestral toma en cuenta el diseño de muestreo o supone un muestreo aleatorio simple.
- 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.

CONCLUSIONES METODOLÓGICAS

1) Estimación de probables votantes: uso de “filtros”

En primer lugar es necesario precisar que es un error hablar genéricamente de “filtros” de probables votantes cuando en la realidad no se filtran a los sujetos contactados más que por tenencia de credencial de elector. En estricto sentido un filtro es un reactivo utilizado para determinar si una persona contactada para entrevista entra o no en muestra; su función es cribar, en el momento de iniciar la entrevista, a los entrevistados que no cumplen los requisitos preestablecidos para definir a un votante probable. De la aplicación del filtro se deriva la decisión de suspender la entrevista o continuarla.

En la realidad nadie emplea tal procedimiento por lo costoso que es y porque elimina la posibilidad de hacer análisis posteriores que permitan establecer con más claridad el segmento de probables votantes. Lo que en la práctica se hace es usar indicadores de control, esto es reactivos que sirven para analizar los resultados de votación considerando varios escenarios de participación ciudadana. Estos escenarios corresponden a segmentaciones de la población definidos por los diferentes patrones de respuesta en los reactivos de control.

Con relación a las encuestas preelectorales encontramos que se utilizaron reactivos conceptualmente diferentes:

probabilidad de ir a votar, seguridad de ir a votar, interés en las elecciones, información de las campañas y voto en elecciones previas.

Los reactivos se construyeron en preguntas dicotómicas y escalas diferentes, unas ordinales y otras de intervalo, y además las escalas eran de distintos tamaños, de tres, cuatro, cinco, siete y 10 puntos. Además, encontramos también la utilización de diferentes niveles de rigor en el establecimiento de las líneas de corte cuando se usan escalas de más de dos puntos. Para ilustrar este último punto se halló que cuando se usaron escalas de 10 puntos, hay quien estableció la línea de corte para definir a un probable votante en el punto nueve (alto rigor) y hay quien la estableció en el punto siete (menor rigor).

Las diferencias antes reportadas y particularmente las de rigor, condujeron a conclusiones encontradas ya que algunos investigadores dejaron asentado que los indicadores de probables votantes no les habían modificado las estimaciones originales y por el contrario otros hallaron que estos indicadores constituyen una herramienta básica para mejorar la calidad de las estimaciones sobre la intención de voto.

Finalmente, varios de los investigadores coincidieron en afirmar que el registro de indicadores para definir a los probables votantes sí es importante para mejorar significativamente la calidad de las estimaciones. Sin embargo, hoy por hoy no hay un consenso en cuanto a cuál o cuáles indicadores son los que mejor estiman la probabilidad de ir a votar. En consecuencia se requiere hacer más esfuerzos de investigación en este sentido.

2) La pregunta sobre intención de voto

La variable fundamental de una encuesta electoral es la pregunta sobre la intención de voto y al respecto son sorprendentes las diferencias que se encuentran entre las formulaciones de las diferentes agencias investigadoras, las cuales no sólo son de orden de colocación de la pregunta sino de la forma de frasearla e instrumentarla.

En cuanto al orden de presentación de la pregunta hay quien la coloca al principio, hay quien lo hace en medio y hay quien la formula al final de la entrevista. Hay un mayor consenso a ubicar la pregunta al principio de la entrevista, pero después de haber hecho cuatro o cinco preguntas que no tengan nada que ver con preferencias electorales y que sí ubiquen al entrevistado en el tema de las elecciones. Es cuando generalmente se introducen los indicadores sobre “probables votantes”.

Sobre el fraseo de la pregunta se halló que hay quien pregunta sólo sobre candidatos y hay quien lo hace por partidos y candidatos, pero las diferencias más ostensibles están en la forma de instrumentar la pregunta. Al respecto de esto hallamos que hay quien al hacer la pregunta

sólo nombra a los partidos y candidatos, otros emplean una tarjeta de ayuda con los nombres impresos, otros más utilizan una réplica de boleta en la que aparecen los nombres y logos de los partidos y alianzas, así como de los candidatos; dentro de este grupo de investigadores hay quien presenta la réplica de boleta en blanco y negro y hay quien lo hace a todo color. Por si fueran pocas las diferencias hay quien le pide al entrevistado que simplemente escoja de la boleta presentada, a su candidato/partido, y hay quien le pide al respondiente marcar su boleta en privado y depositarla en la urna que porta el entrevistador.

Al respecto de esta variedad, en la forma de hacer la pregunta clave de la encuesta hay varios investigadores que estuvieron de acuerdo en cuanto al uso de la réplica de boleta a todo color junto con la urna, en tanto que con estos elementos se reproduce lo más cercanamente posible la situación real de votar y además se respeta la confidencialidad del voto.

3) Tamaño de muestra y procedimiento de muestreo

En esta materia se observó bastante homogeneidad en los tamaños de muestra empleados (mil 500 a dos mil casos, excepcionalmente más de dos mil casos) y los procedimientos de muestreo empleados por las diferentes empresas (muestras probabilísticas, polietápicas haciendo uso de estratos y conglomerados con selección aleatoria simple o sistemática de secciones electorales).

Sólo se detectaron algunas diferencias como:

En marco muestral, dos agencias de las seis participantes continúan empleando las áreas geoestadísticas básicas del INEGI. Las otras cuatro utilizaron las estadísticas de la lista nominal del IFE.

En procedimiento de muestreo hubo algunas excepciones a la regla:

- a) La primera es que una de cinco agencias no empleó un muestreo probabilístico porque utilizó como técnica de recolección de información la entrevista por intercepción en la vía pública. Esta decisión por un muestreo por intercepción se basó en el criterio de preferir perder el control sobre la probabilidad de selección de los entrevistados, a caer en el posible sesgo de que los entrevistados mientan debido al temor que les produce contestar una encuesta electoral en la puerta de su casa. Según este enfoque el miedo se minimiza cuando se responde en la vía pública, lejos de la propia vivienda.
- b) Otra consistió en que una de las cinco agencias dejó fija la selección de los 30 distritos de su primera muestra en las diferentes mediciones de su serie histórica, con lo cual sus muestras fueron parcialmente independientes. Esto es iguales en cuanto a distritos e

independientes en la selección de secciones, viviendas y sujetos.

- c) La última excepción consistió en que una de las agencias reportó haber hecho selección probabilística, no por cuotas, del entrevistado al interior de la vivienda.

En cuanto a la metodología del muestreo quedó establecida la conveniencia de utilizar el marco de secciones electorales del IFE cuya información permite el cálculo preciso de los ponderadores o factores de expansión atados al diseño muestral. Se observó también una clara preferencia por los muestreos probabilísticos polietápicas con entrevistas cara a cara en la vivienda, que hacen posible el cálculo de la ponderación correspondiente a cada entrevistado, permitiendo una construcción sólida de estimadores, así como de sus respectivos márgenes de error.

4) Uso de ponderadores

En general se utilizaron factores de expansión de dos tipos: intrínsecos al diseño de muestra (estadísticas de la lista nominal relevantes al diseño muestral como pueden ser: tipo de sección, edad, sexo y otros) y extrínsecos al diseño de muestra (escolaridad, preferencia partidaria y otras). Para ello se utilizaron al menos cuatro fuentes de información: las estadísticas de la lista nominal del IFE, las del censo de población del INEGI, los resultados electorales de elecciones pasadas y las encuestas de salida de elecciones pasadas. Cada investigador hizo su propia mezcla y no se especificaron los ingredientes de la misma. La pregunta que estuvo en el aire fue ¿se deben o no emplear ponderadores? Y en su caso ¿cuáles y de cuáles fuentes?

En la mesa no se llegó a precisar sobre estas materias, sin embargo es la opinión de la autora de la presente relatoría lo siguiente: Que sí se deben usar ponderadores porque la mayoría de las muestras no son estrictamente autoponderadas, aun cuando el diseño original así lo pretendía. En lo que toca a la mezcla de variables y fuentes lo crucial es lo segundo. En nuestra opinión la mejor fuente de información para el caso de factores de expansión intrínsecos al diseño de muestreo son las estadísticas de la lista nominal del IFE, porque están construidas para el propósito electoral y porque se actualizan con frecuencia. En lo que toca a factores de expansión extrínsecos al diseño de muestreo, como puede ser el caso de las preferencias electorales, la mejor fuente de información es la de los resultados definitivos de elecciones previas, del propio IFE, pero si el factor de expansión es la escolaridad, la mejor fuente de información es la encuesta de salida de la elección anterior y no el censo general de población, porque la distribución de escolaridad de los votantes es diferente a la distribución de la población en general.

5) La técnica de recolección de información

Todos los investigadores participantes, salvo el caso de Alduncin, emplean la técnica de entrevista cara a cara en vivienda. El fundamento de esta preferencia radica en la posibilidad de hacer muestreo probabilístico de viviendas, con base en los marcos muestrales del IFE y del INEGI, en el que todo ciudadano de 18 o más años tenga probabilidad positiva y conocida de pertenecer a la muestra.

Alduncin reportó haber utilizado en su primera encuesta entrevistas telefónicas y en el resto utilizó la técnica de entrevistas por intercepción en la calle. Prefirió no mantener el control del muestreo probabilístico en vivienda para no caer en el posible sesgo de obtener respuestas falsas inducidas por el temor a responder la verdad cuando se está en la puerta de la propia vivienda.

De lo anterior se deriva la conclusión de que la técnica preferida de recolección de información es la de entrevista cara a cara en vivienda. La alternativa de colecta probabilística de datos por medio de entrevistas telefónicas se rechazó por los posibles sesgos que genera la limitación de la disponibilidad de teléfono a nivel nacional.

6) El trabajo de campo y su supervisión

Este tema resulta importante de ser mencionado, precisamente por la falta de referencias al mismo que fue el común denominador de los presentadores. Sólo uno de los ponentes lo destacó y señaló el uso de tres diferentes métodos de control de campo: supervisión *in situ*, del 25 al 30 por ciento; supervisión *a posteriori*, con revisitas a hogares seleccionados al azar, del 20 al 25 por ciento; y supervisión estadística con base en el análisis de la información por clave de entrevistador.

Un tema relacionado con el trabajo de campo que afecta al diseño de muestra es el del registro de los rechazos en campo y la forma de sustitución de los casos que se niegan a contestar la entrevista. En general, los ponentes no dieron cuenta de sus experiencias en esta materia, por lo que no es posible establecer conclusiones sobre las prácticas más adecuadas.

7) Los modelos de tratamiento de la no respuesta

Ninguno de los ponentes utilizó un modelo especial para la asignación de indecisos; sencillamente hicieron asignaciones proporcionales a las cifras encontradas.

Sin embargo, sí se destacó la importancia de este tema y la necesidad de profundizar en la investigación de modelos que minimicen las tasas de error en la asignación de indecisos y consecuentemente aumenten la calidad de las estimaciones globales de voto.

Asimismo, se concluyó que cuando se publica una encuesta es importante dar cuenta de los datos crudos,

así como de los ajustados (asignación proporcional de la no respuesta), y que en el caso de usar algún modelo de asignación, se especifique y se publiquen tanto los datos crudos como los resultantes de la aplicación del modelo.

8) La relación con el cliente en el caso de publicaciones

Si el cliente quiere publicar una encuesta preelectoral es imperativo acordar, desde el principio, los términos en que se hará dicha publicación. En la publicación la agencia investigadora pone en riesgo su prestigio y por tanto debe asumir la responsabilidad y tener el control sobre los formatos de publicación y la interpretación de resultados.

9) Vitrinas metodológicas de las publicaciones

Todos los investigadores participantes publicaron sus encuestas incluyendo vitrinas metodológicas que contenían los siguientes datos: Cliente, fecha del levantamiento de la información, tamaño de la muestra, procedimiento de muestreo, técnica de recolección de información y error teórico de estimación.

Se mencionó como deseable que en el futuro la vitrina metodológica incluya otros aspectos: La forma en que se levantó la pregunta sobre la intención de voto, la duración del trabajo de campo, número de entrevistadores y de supervisores empleados, procedimiento de control de campo, dispersión de la muestra y errores reales de estimación con intervalos de confianza, para cada uno de los partidos, especialmente para el primer y segundo lugar, incluyendo su diferencia.

10) Formatos de publicación

En lo referente a los formatos mismos de la publicación se habló de la conveniencia de acordar una homologación de la terminología en general.

Acordar una homologación de los grupos de edad y de las categorías de la variable educación.

Publicar siempre las estimaciones de voto crudas acompañadas de la pregunta con la que se exploró la intención de voto. Además, publicarlas en porcentajes ajustados (eliminando la no respuesta) a fin de poder compararlas fácilmente, pero siempre incluir la información sobre la proporción de no respuesta.

Publicar márgenes individuales de error para cada proporción alcanzada por un partido político, así como los intervalos de confianza, con el fin de transparentar el hecho de si la diferencia de puntos entre un candidato/partido y otro, es o no estadísticamente significativa.

En el caso de publicar estimaciones de voto derivadas de la aplicación de algún modelo, explicar que tal es el caso y siempre acompañar la publicación con los datos crudos, incluyendo la proporción de no respuesta. ■