

Escrito por  
Sábado, 03 de Marzo de 2012 19:49

---



Ausentes los candidatos y los partidos de la vida pública, por la vigencia de lo que equívocamente el IFE denominó “intercampaña”, para describir el período existente entre el término de las precampañas y las elecciones internas y el inicio de las campañas electorales, el espacio se ha usado, tanto por los candidatos y los partidos, como por los medios de comunicación y los poderes fácticos, para influir en el desarrollo de las campañas y en el resultado final de la elección presidencial de este año.

El medio elegido ha sido el de usar los resultados de las encuestas para influir en la percepción ciudadana, y hacer creer que la distancia entre el puntero de las encuestas –Enrique Peña Nieto- y la segunda –Josefina Vázquez Mota- ha disminuido y que, por el contrario, se ha alejado del tercer lugar –Andrés Manuel López Obrador-.

Precisemos, primero, que existe una diferencia fundamental entre los sondeos de opinión y las encuestas. Los primeros se efectúan generalmente sin tomar en cuenta las variables de la población, casi siempre por teléfono (debería existir un porcentaje superior al 65% de domicilios con teléfono para hacerla creíble) y ahora, crecientemente, por internet.

Caso distinto es el de las encuestas, si se levantan tomando en cuenta las variables poblacionales, y si se elaboran y efectúan de manera consistente las preguntas de la encuesta. Y más aún, si se procesan bien las respuestas.

A quienes toman literalmente los resultados de las simpatías expresadas por las personas encuestadas habría que recomendarles las obras de María de las Heras acerca de las encuestas. En ella afirma que para conocer las verdaderas tendencias electorales es necesario aplicar un cuestionario más o menos largo a cada una de las personas encuestadas, y no solamente las preguntas directas, como aparecen en los medios de comunicación, esto es, que la pregunta directa de por quién votará, y la de si irá a votar o no, no sirven para evaluar certeramente el comportamiento electoral de una determinada población.

Escrito por

Sábado, 03 de Marzo de 2012 19:49

---

El secreto estriba en la elaboración de distintas preguntas relacionadas con el tema, para poder arribar, en el procesamiento de la encuesta, a la conclusión de por quién votará en encuestado. Así, a la persona deberá preguntársele si se identifica con algún partido, si fue a votar en los procesos electorales más recientes, por quién votó en ellos, si conoce al diputado de su distrito, al alcalde, etc.

Luego, las preguntas pertinentes al actual proceso electoral, fecha, puestos de elección en disputa, partidos, candidatos, identificación con alguno de los partidos, rechazo o simpatía a alguno de ellos, o de los candidatos. Y entre esas preguntas, la de por quién votaría.

Más aún, la redacción de las preguntas y el orden en que son hechas puede influir en los resultados. Esto se evita mediante el uso de preguntas diseñadas para obtener cambios en la opinión del encuestado, que superen la redacción positiva o negativa de las primeras y analizar los resultados mediante técnicas psicométricas para sintetizar las respuestas en una cantidad pequeña pero confiable y así detectar preguntas inefectivas.

Pero todas estas técnicas no son, generalmente, llevadas a la práctica y solo se dan los resultados de las preguntas directas efectuadas por los encuestadores.

Un ejemplo extremo de tal abuso es la última encuesta reportada por la empresa GEA ISA que tanto revuelo ha levantado en los últimos días por ser la primera que reportó una importante disminución en el margen de diferencia entre la abanderada del PAN y el candidato del PRI. La ubicó en 7 puntos, muy cerca de la mostrada por Felipe Calderón a los consejeros del Banco Nacional de México días atrás –de solo 4, habría sostenido-.

La encuesta abarca un sinfín de aspectos, los relacionados con la situación económica, la de seguridad pública, tanto personales como nacionales y de la zona de residencia del encuestado; califica la gestión de Calderón; preguntó quién pudo haber hecho mejor gobierno, si el panista o López Obrador y cuestionó acerca de las preferencias electorales de los entrevistados. En total, poco más de 75 preguntas.

El problema estriba en que al final del documento se asienta que el promedio de duración de las entrevistas fue de ¡23 minutos!, es decir, un promedio de tres preguntas por minuto y en las que, de ninguna manera, se profundizó en ninguno de los temas, esto es, no efectuaron las

Escrito por

Sábado, 03 de Marzo de 2012 19:49

---

preguntas de control para detectar las posibles contradicciones de los entrevistados.

Sólo recuérdese que el anterior Director General de esta empresa, la favorita de Felipe Calderón en 2006, se convirtió en el titular del CISEN y sus resultados son presentados por la empresa Milenio, de la que Televisa es propietaria de la mitad de las acciones y que también presenta las encuestas de Mitofsky.

Y las de empresa han sido criticadas severamente en las redes de internet. Uno de esos análisis, elaborado por Víctor Hernández (Creador del blog “El sendero del Peje”, originario de Caléxico, y graduado de la Universidad de California en diseño gráfico), merece la reflexión.

Hernández sostiene que se contradice la encuesta de Mitofsky de enero y que en realidad muestra un empate técnico entre AMLO y EPN, al contrario de las cifras informadas ahí: Enrique Peña Nieto: 41%, Josefina Vázquez Mota: 23%, Andrés Manuel López Obrador: 18%. Pero “Roy Campos admitió en la misma entrevista (En el noticiero de Joaquín López Dóriga) que el PAN sólo retiene alrededor del 59% de su voto en 2012, mientras que AMLO retiene el 74% y gana 7% del voto panista... 11 se pasan al PRI y 6 al PAN “. Cita a Campos quien sostuvo que en 2006 muchos priistas votaron por Calderón y quienes “votaron por Calderón, 59 van por Josefina, 21 van con Peña Nieto y 7% van con López Obrador”.

Ofreció el sitio de internet en donde se puede oír la explicación de Roy Campos ( <http://www.dvshare.com/download/16641850-638>

). Agregó, además, que en “la página 19 del documento de la encuesta, en la cual se especifica que de los electores que votaron por el PRI en 2006, sólo el 83.1% lo volvería hacer, mientras que 4.9% votaría por Josefina Vázquez Mota y 4.1% votaría por AMLO. Adicionalmente, 21.8% de los que votaron por Patricia Mercado y Roberto Campa votarían por el PRI en 2012, 19.9% por el PAN y 11.4% por AMLO”.

Y hace sus cuentas:

“... en 2006 AMLO tuvo 14,756,350 votos, Felipe Calderón tuvo 15,000,284 votos, Roberto Madrazo tuvo 9,301,441 votos, Patricia Mercado y Roberto Campa tuvieron en conjunto 1.52 millones de votos... AMLO conserva 74% del voto que tuvo en 2006 y se le suma 7% de voto de panistas, 4.1% del voto priista y 11.4% de Campa y Mercado. Siendo el caso, AMLO tiene

Escrito por

Sábado, 03 de Marzo de 2012 19:49

---

74% de 14.75 millones de votos más 7% de 15 millones de votos del PAN más 4.1% de 9.3 millones de votos del PRI más 11.4% de 1.52 millones de Campa y Mercado. Total: 12.51 millones de votos o 29.93% del voto de 2006”.

“El PAN conserva 59% de 15 millones, más 6% de 14.75 millones de votos de AMLO, más 4.9% de 9.3 millones de votos de Madrazo y 19.9% de 1.52 millones de votos de Campa y Mercado. Total: 10.48 millones de votos o 25% del voto de 2006...”.

Agrega: “... de acuerdo con Roy Campos, los votantes nuevos votarán de esta manera: 31% por Peña Nieto; 14% por AMLO y 12% por Josefina Vázquez Mota”.

Siguen las cuentas de este autor. Dice que podrían votar 46.12 millones, “de los cuales 4.33 millones serían nuevos. Si AMLO tiene, de acuerdo con los números de Roy Campos, 12.51 millones de votos de 2006 y 14% de 4.33 millones de nuevos votos, entonces en 2012 tiene en total 13.11 millones de votos, equivalentes a 28.48% del voto”.

“Si Josefina Vázquez Mota, de nuevo de acuerdo con los números de Roy Campos, tiene 10.48 millones de votos de 2006, más 12% de 4.33 millones de nuevos votos, entonces en total tiene 10.99 millones de votos, equivalentes a 23.82% del voto”.

Y hace las cuentas de Peña Nieto: “... de acuerdo con la encuesta de Mitofsky, sólo 83.1% de los 9.3 millones que votaron por el PRI en 2006 lo harán de nuevo. Recibiría adicionalmente 21% de los votos del PAN, 11% de los votos de AMLO y 21.8% de los votos de Campa y Mercado, más 31% de los nuevos votos. Total: 14.16 millones de votos o 30.7% del voto en 2012”.

“De esta manera, los porcentajes de los candidatos quedan de esta forma estrictamente en base a los números presentados por Mitofsky: EPN: 30.7%, AMLO: 28.42%, JVM: 23.82%”.

¿Lo puso a dudar tal numerología? Al escribiente también. El martes más de estos análisis.

## El Devenir de Chihuahua - La "encuestología" como arma electoral: Luis Javier Valero Flores

Escrito por

Sábado, 03 de Marzo de 2012 19:49

---

[asertodechihuahua@yahoo.com.mx](mailto:asertodechihuahua@yahoo.com.mx)