

¿Fallaron las encuestas y encuestadoras?
Un problema de método o mercadotecnia en el Distrito Federal 2012

Claudia Ortiz ¹
Ma. de Lourdes Fournier ²
Gonzalo Rosado ³
cortiz@correo.xoc.uam.mx

Tema de Trabajo VII Comunicación Política y Mercadotecnia Electoral

Resumen

El **objetivo principal** de este trabajo es presentar un contraste de los resultados de las encuestas realizadas en el proceso electoral federal 2012 y los resultados de los cómputos distritales, en particular en el Distrito Federal.

Aspectos metodológicos. A partir de la revisión de los resultados del voto en el periodo de 2000 a 2012, se establecerá la tendencia histórica en que el ciudadano vota, se revisarán qué encuestadoras cumplieron con los criterios científicos que estableció el Instituto Federal Electoral y se presentará el escenario de las elecciones de 2012 que se delineó con las reformas a la ley electoral en materia del acceso a los tiempos en radio y televisión. Desde nuestra perspectiva, la diferencia entre los resultados de las encuestas y casas encuestadoras sobre la preferencia del ciudadano tiene dos aristas: un problema de método y uno de mercadotecnia.

El **aporte** del trabajo puede resumirse en que las encuestas cubrieron un papel fundamental en las elecciones pasadas para determinar la preferencia de los votantes, ante la regulación de los espacios en radio y televisión.

Palabras clave: Encuestas, opinión pública y mercadotecnia electoral.

Introducción

guerra de encuestas

este trabajo es presentar un contraste de los resultados de las encuestas realizadas en el proceso electoral federal 2012 y los resultados de los cómputos distritales, en particular en el Distrito Federal y en el país.

Evolución de la Medición de la Opinión Pública en México

guerras de encuestas

guerras de encuestas

Reforma

Elecciones presidenciales en México y en el país en el siglo XXI

gobernanza

advocay

coalitions

gobernanza

advocacy coalitions

voto de castigo

Tabla 1 Elección Presidencial 2000				
Votación	Nacional		DF	
Alianza por el Cambio*	15'989,636	42.52%	1'928,035	43.65%
PRI	13'579,718	36.11%	1'060,227	24.01%
Alianza por México**	6'256,780	16.64%	1'146,131	25.95%
PCD	206,589	0.55%	36,383	0.82%
PARM	156,896	0.42%	18,843	0.43%
Democracia Social	592,381	1.58%	149,312	3.38%
Candidatos no registrados	31,461	0.08%	2,009	0.05%
Nulos	788,157	2.10%	75,669	1.71%
Total	37'601,618	100%	4'416,609	100%

* Integrada por PAN y PVEM.
 ** Integrada por PRD, PT, Convergencia, Partido Alianza Social y Partido de la Sociedad Nacionalista.
 Fuente: IFE (2012) *Proceso Federal Electoral*.

Tabla 2 Elección Presidencial 2006				
Votación	Nacional		DF	
PAN	14'916,927	35.89%	1'321,210	27.36%
Alianza por México*	9'237,000	22.23%	412,564	8.54%
Coalición por el Bien de Todos**	14'683,096	35.33%	2'808,422	58.16%
Nueva Alianza	397,550	0.96%	27,039	0.56%
Alternativa Socialdemócrata y Campesina	1'124,280	2.71%	175,162	3.63%
Candidatos no registrados	298,204	0.72%	14,819	0.31%
Nulos	900,373	2.17%	69,260	1.43%
Total	41'557,430	100%	4'828,476	100%
*Integrada por PRI y PVEM. **Integrada por PRD, PT y Convergencia. Fuente: IFE (2012) <i>Proceso Federal Electoral</i> .				

Las elecciones de 2012

En la Tabla 3 se presentan los resultados de la elección presidencial de 2012, en comparación con las dos tablas anteriores es claro la caída del PAN en esta elección en el plano nacional en la elección para presidente (esto no sucede de la misma forma para el congreso), por lo que podríamos decir que fue un *voto de castigo*. No debemos dejar de lado que las coaliciones están presentes en estos últimos procesos electorales, por lo que los partidos no ganan solos una elección sino es a través de acuerdos.

<div> <div>Tabla 3</div> <div>Elección Presidencial</div> <div>2012</div> </div>				
Votación	Nacional		DF	
PAN	12'786,647	25.41%	844,380	17.40%
Compromiso por México*	19'226,784	38.21%	1'258,717	25.93%
Movimiento Progresista**	15'896,999	31.59%	2'569,206	52.93%
Nueva Alianza	1'150,662	2.29%	87,385	1.80%
Candidatos no registrados	20,907	0.04%	3,937	0.08%
Nulos	1'241,154	2.47%	90,452	1.86%
Total	50'323,153	100%	4'854,077	100%
<div>* Integrada por PRI y PVEM.</div> <div>** Integrada por PRD, PT y Movimiento Ciudadano.</div> <div>Fuente: IFE (2012) <i>Proceso Federal Electoral</i>.</div>				

-
-
-

El artículo 237 del COFIPE establece que el IFE no está facultado para calificar la calidad de las encuestas, pero si para fijar parámetros para la actuación de las firmas que publiquen encuestas electorales, y sobre todo, para propiciar un conocimiento público del trabajo demoscópico y de sus fundamentos científicos.

Las encuestas sobre preferencias electorales están reguladas por el artículo 237 párrafos 5, 6 y 7, los cuales imponen tres disposiciones fundamentales:

- El IFE debe consultar al gremio de la demoscopia y a sus asociaciones representativas, para establecer los criterios científicos que deben respetar aquellas personas físicas o morales que publiquen encuestas sobre las preferencias de los ciudadanos durante el proceso electoral.
- Toda persona física o moral que ordene la publicación de una encuesta relativa a las preferencias electorales durante el proceso, debe entregar copia de su estudio completo a la Secretaría Ejecutiva del IFE.

- Queda prohibida la publicación o difusión de encuestas –por cualquier medio– durante los tres días previos y hasta el cierre oficial de las casillas que se encuentren en los husos horarios más occidentales del territorio nacional.

Además, el IFE realizó y propició varios encuentros públicos para dar a conocer los estudios y sus resultados así como para discutir el desarrollo y la calidad del trabajo demoscópico durante el proceso electoral federal 2012 (IFE 2012):

- “*Laboratorio Político 2012*” (28 de febrero de 2012).
- “*Las Encuestas y la Campaña Electoral 2012: Un Balance Preliminar*” (13 de junio de 2012).

Con esta información tenemos que el IFE realizó o propicio encuentros con las casas encuestadoras en el país para dar un seguimiento a un trabajo especializado como son las tomas de opinión, pero habrá que analizar con mayor detalle los resultados de los estudios.

De acuerdo al Informe del Consejo General del IFE del 26 de julio de 2012, con base en el monitoreo de encuestas, sondeos de opinión y conteos rápidos publicados en medios impresos, tan solo del 7 de junio al 15 de julio de 2012, se reportaron un total de 992 publicaciones realizadas respecto a encuestas sobre el Proceso Electoral Federal 2011-2012:

- 574 encuestas originales, es decir, aquellas publicadas por el medio contratante o realizador de la misma;
- 142 reproducciones de encuestas originales publicadas con anterioridad en algún otro medios; y
- 276 notas periodísticas referidas a encuestas.

En el último rubro se encuentran los géneros de nota informativa, columnas, artículos, reportaje, entrevista y editorial. Además considerando lo acumulado en el mes de junio y lo de julio, dio un total de 4,433 publicaciones realizadas respecto a encuestas sobre el proceso electoral.

En la tabla 4 se observa como a lo largo del proceso el monitoreo de Comunicación Social del IFE, captó un número mucho mayor de menciones y publicaciones sobre encuestas

<p>Tabla 4</p> <p>Encuestas en Proceso Electoral</p> <p>2012</p>				
Mes	Encuesta original	Reproducción	Notas	Total
Enero	4	7	17	28
Febrero	57	23	297	377
Marzo	217	59	191	467
Abril	680	130	272	1,082
Mayo	613	206	295	1,114
Junio	574	142	276	992
Julio	680	130	272	1,082
Total	2,254	577	1,602	4,433
Fuente: IFE (2012).				

Los datos anteriores, nos conducen a afirmar que la ciudadanía estuvo expuesta un alto volumen de información, y lo que está en juego sería si dicha información es objetiva y veraz, aquí es dónde nos planteamos la interrogante: ¿Fallaron las encuestas?

Varios académicos especialistas en estudios de opinión señalan que notaron un comportamiento particular en las mediciones, por lo que algunos se agruparon en el Observatorio Universitario electoral (OUE) y llevaron a cabo una encuesta, sus resultados fueron descalificados por las demás encuestadoras, lo que llama la atención de este estudio fueron las preguntas que fueron diferentes a las que las casas encuestadoras realizaron, el resultado de la encuesta de OUE entre Peña Nieto y López Obrador fue de 38.21% y 31.59%, respectivamente.

El proceso electoral de 2012, como ya mencionamos es el que ha registrado mayor número de encuestas, muchas de ellas pagadas por los medios de comunicación, éste es uno de los puntos donde ponemos énfasis, el financiamiento, la relación cliente-proveedor debe ser clara, cuando –las encuestadoras- trabajan para alguien, se empiezan a atar de manos, porque algunos clientes piden no preguntar sobre algún tema.

Otro problema que consideramos que estuvo presente en las encuestas (como señaló Fournier en una entrevista realizada por la reportera Rocío Tapia de la *Revista Gente*) es que ni se leen, ni se difunden bien, tal vez la metodología sea correcta, pero se suele hablar de ellas como si fuera algo seguro, basado en la certeza, aun teniendo la ficha metodológica no todos los lectores tienen el nivel de entender los intervalos de confianza ni los niveles de precisión. En este sentido, lo que los medios deberían de haber hecho con las encuestas y sus resultados era haber dicho: *Es probable que un porcentaje vote por...., No darlo por cierto*. Desde esta perspectiva, los medios de comunicación jugaron un papel decisivo en este proceso.

El IFE emitió recomendaciones que las casas encuestadoras debieron seguir, el IFE recibió metodologías, datos, informes, pero no hace un análisis de la calidad de la información, por lo que compartimos con otros académicos, que se debe de realizar el análisis de las encuestas y sus resultados por los expertos en la materia incluyendo a los académicos.

A manera de conclusión

guerras de encuestas

Bibliografía

Encuestas y Democracia: Opinión Pública y Apertura Política en México

*Encuestas y Democracia: Opinión Pública y Apertura Política
en México*

*Acta Republicana Política y
Sociedad*
*Código Internacional ICC/ESOMAR Para Investigación Social de
Mercados*

Op. Cit
*Código Federal de Instituciones y Procedimientos
ElectORAles (COFIPE)*

_____ (2012) Séptimo Informe,

Roth A.N. (2008) “Perspectivas Teóricas para el Análisis de las Políticas Públicas: ¿De la Razón Científica al Arte Retórico?”, *Estudios Políticos*, núm. 33, Medellín Colombia.

Tapia R. (2012) “En&÷ón n&ô ÊIP oapefg -b atapasAetctis6ö0)@

EncuestymvO:fmzr□Lör□ueM