

La especulación de las encuestas, a propósito de las elecciones de 2018

Por: Luis Estrada ([@luisestrada_](#))

El miércoles 17 de enero el Partido de la Revolución Democrática (PRD) de la Ciudad de México (CDMX), junto con el Partido Acción Nacional (PAN) y Movimiento Ciudadano (MC), definió a Alejandra Barrales como quien encabeza el proceso para elegir al candidato a Jefe de Gobierno de la coalición: "Por la CDMX al Frente" mediante el resultado de encuestas que levantaron tres diferentes empresas: Consulta-Mitofsky, Covarrubias y Asociados e Ipsos.

El resultado ponderado de las tres encuestas, de acuerdo con Raúl Flores, dirigente del PRD-CDMX, se utilizaría para escoger entre Barrales, Armando Ahued y Salomón Chertorivsky puesto que, dijo, "no vamos a generar un tema de dedazos, no vamos a generar un tema de engañar a la opinión pública con encuestas que no sean confiables o mecanismos que no puedan ser conocidos por la sociedad". No obstante, ante la pregunta de Ciro Gómez Leyva, Flores respondió que ni los cuestionarios de las encuestas ni las bases de datos serán públicas, lo que indica que sólo se conocerá al ganador por los porcentajes de cada una de las encuestadoras, en el mejor de los casos, o por un promedio ponderado, en el peor. No sabemos.

La falta de transparencia de las encuestas preelectorales públicas en México es la práctica común. La opacidad con la que los encuestadores publican la información de las encuestas preelectorales en los medios de comunicación (sin cuestionarios ni bases de datos completos y accesibles) ha traído como consecuencia desde las recurrentes críticas a los desaciertos de los propios encuestadores (que han transformado a las encuestas de ser herramientas de certeza en procesos democráticos a ser fuentes de conflicto post-electoral), hasta un estancamiento de la rezagada agenda investigación del

comportamiento electoral en México. Si hoy alguna persona quisiera analizar a detalle los números de una encuesta publicada en cualquier medio de comunicación, se encontrará con un cuestionario incompleto y con una base de datos reducida, lo que impide saber más allá de lo que los encuestadores quieren dar a conocer.

Observar con detalle el fraseo de todas las preguntas en una encuesta pública, el orden que siguen en el cuestionario y tener acceso a la base de datos completa sirve para entender los posibles efectos o sesgos no muestrales que proyecten resultados diferentes entre encuestas preelectorales. Por ejemplo, si la pregunta sobre por quién votará la persona entrevistada se ubica al inicio del cuestionario (primera pregunta) o a la mitad del cuestionario, la respuesta cambia, tal como numerosos estudios de la opinión pública han demostrado.

Para probar el efecto de la ubicación de la pregunta electoral mediante el uso de una boleta simulada, la Segunda Encuesta Preelectoral DEFOE-SPIN (cuya información, incluyendo bases de datos y cuestionarios completos, se puede encontrar [aquí](#)) divide la muestra en dos, colocando la pregunta al inicio para una mitad de los entrevistados, y en medio del cuestionario para la otra mitad de los entrevistados, manteniendo igual el orden y el fraseo del resto de las preguntas. Los resultados del experimento muestran que el orden de la pregunta afecta la respuesta: el resultado más destacado es que si se pregunta al inicio del cuestionario, Morena obtiene 18 puntos porcentuales, mientras que el PRD obtiene 16 puntos; pero si se pregunta en medio del cuestionario, Morena sube a 26 puntos y el PRD cae a 7 puntos porcentuales (la no respuesta y el resto de los partidos se mantienen relativamente igual, aunque el PRI aumenta un poco si se pregunta en medio del cuestionario).



Si sólo el cambio en el orden de una pregunta en el cuestionario puede modificar el resultado de una encuesta, ¿cuáles serían los resultados si el fraseo de las preguntas es diferente, o si se incluyen más o menos preguntas (haciendo el cuestionario más o menos largo), o si se pregunta utilizando una boleta simulada o directamente a los entrevistados? No lo sabemos porque los encuestadores no publican las bases de datos ni los cuestionarios completos de las encuestas preelectorales en los medios de comunicación. Solo podemos especular.

Las razones por las cuales los encuestadores no publican los cuestionarios completos y las bases de datos en su totalidad, a la par del resultado de sus encuestas, son desconocidas. Ante el silencio, la especulación incluye acusaciones de conflicto de interés (denunciadas entre los mismos encuestadores), resultados diferentes de la encuesta entre el momento de su levantamiento y el momento de su publicación, el uso de la encuesta como propaganda de campaña o la influencia de líneas editoriales que beneficien o perjudiquen a los candidatos de acuerdo con el perfil del medio de comunicación. Como consecuencia del potencial daño de cualquiera que sea el motivo de la publicación incompleta de las encuestas pre-electorales, la regulación se ha incrementado en perjuicio de los propios encuestadores, de la información pública disponible y de la agenda de investigación electoral en México, generando un diagnóstico equivocado de los votantes en México, campañas subóptimas, y un excesivo y paternalista marco

regulatorio electoral.

Si uno de los objetivos de la alianza Por la CDMX al Frente es diferenciar su método de selección al de sus contrincantes mediante las encuestas para no "...engañar a la opinión pública con encuestas que no sean confiables o mecanismos que no puedan ser conocidos por la sociedad", entonces deberían hacer pública toda la información. A menos que ya se haya acordado la designación de quien será la candidata o candidato y, que el anuncio de quien gane mediante encuestas sea una simulación.

Desafortunadamente, al no conocer a detalle la información de las tres encuestas, la especulación será la protagonista del proceso de selección de la candidata o candidato de la alianza del PRD, PAN y MC, lo cual en ningún caso es un buen inicio de campaña.

* **Luis Estrada** es Socio-Director General de [SPIN](#).

Fuentes:

El Universal, 18 de diciembre de 2017. Disponible [aquí](#).

Ver capítulo de encuestas [aquí](#).

El sitio www.oraculus.mx recopila los resultados de las encuestas publicadas en medios de comunicación.

Un ejemplo es el artículo de MacKuen et al. (1989) que puede encontrarse [aquí](#).

Ver [aquí](#).

¡Gracias por leer! Ayúdanos a seguir con nuestro trabajo. ¿Cómo? Ahora puedes suscribirte a Animal Político en Facebook. Con tu donativo mensual recibirás contenido especial. Entérate cómo suscribirte [aquí](#). Consulta nuestra lista de preguntas frecuentes [aquí](#).