

Opinión: El sesgo de las casas encuestadoras

Nota del editor: Luis Estrada es doctor en Ciencia Política por la Universidad de California en San Diego (UCSD) y actualmente es director general de SPIN-Taller de Comunicación Política.

Durante el período de intercampanas, la [publicación de encuestas electorales](#) ha guiado el debate público, entre los propios candidatos a la Presidencia, así como entre líderes de opinión y medios de comunicación.

En especial, las encuestas de MERCAEI (supuestamente mencionadas por el presidente en una reunión privada con consejeros de Banamex), así como la de GEA-ISA (anunciada en Milenio Televisión) han causado polémica, ya que ambas acortan la distancia entre el priista Enrique Peña Nieto, candidato que se encuentra en primer lugar en las encuestas, y la panista Josefina Vázquez Mota.

En reiteradas ocasiones los encuestadores han mencionado que las encuestas no son pronósticos, sino fotografías del momento del levantamiento. No obstante, pasadas las elecciones, todos los encuestadores hacen un ejercicio de precisión, y aquellos que quedaron más cerca del resultado oficial, presumen sus números como estrategia de venta.

Como se demostró en 2006*, dos grupos de encuestadores mostraban números similares al interior y diferentes entre si:

El primer grupo incluía a Roy Campos (Consulta-Mitofsky), Jorge Buendía (en ese momento de Ipsos-Bimsa, hoy de Buendía & Laredo), Francisco Abundis (Parametría), Ulises Beltrán (BGC Consultores) y María de las Heras (Demotecnia).

El segundo grupo lo conformaba Alejandro Moreno (Reforma), Ricardo de la Peña (GEA-ISA), Rafael Giménez (en ese momento de ARCOP, hoy en Presidencia) y Gisela Rubach (Consultores en Marketing Político).

El primer grupo sobreestimó sistemáticamente al PRI (en perjuicio del PAN), posicionándolo en disputa por el segundo lugar con el PAN (incluso De las Heras llegó a poner, en una encuesta levantada del 16 al 20 de junio de 2006 –a dos semanas de la elec-

ción, a Madrazo (PRI) con 33%, por encima de Felipe Calderón (PAN) con 23%, y muy cerca de López Obrador (PRD) con 36%).

El segundo grupo sobreestimó sistemáticamente al PAN (en perjuicio del PRI), posicionándolo en disputa por el primer lugar con el PRD.

A pesar de que los encuestadores llevaron a cabo sus sondeos en la misma semana, y que en principio las muestras son probabilísticas, los resultados coincidían sólo entre los encuestadores de cada grupo.

¿A qué se deben estas diferencias?

De acuerdo con los encuestadores, estos “sesgos de casa” pudieron deberse a la forma en la que se pregunta la intención de voto (ya sea por el fraseo de la pregunta o por el lugar que ocupa la pregunta en el cuestionario), así como a los días de la semana en los que se lleva a cabo el levantamiento de la encuesta: el perfil sociodemográfico de los encuestados en fin de semana es diferente al de los encuestados entre semana lo que, de acuerdo con diversos estudios, está relacionado con las preferencias políticas.

Al parecer, estos sesgos no han desaparecido en 2012, por lo que tendremos que ser cautelosos en el momento de la interpretación de los resultados de las encuestas. En la tabla se observan las distribuciones de las preferencias efectivas de los tres candidatos más importantes con encuestas que se levantaron prácticamente en las mismas fechas. Las coincidencias son notables:

Para Consulta-Mitofsky, Buendía & Laredo, Parametría y BGC, Peña Nieto tiene entre 47 y 49% de las preferencias; Vázquez Mota tiene entre 29 y 32% y López Obrador tiene entre 19 y 23%. Los porcentajes de estas encuestadoras son los mismos dentro del margen de error.

Para MERCAEI (contratada por el PAN) y para GEA-ISA, Peña Nieto tiene entre 41 y 44%, Vázquez Mota tiene entre 35 y 37%, y López Obrador tiene 21%. Los porcentajes de estas encuestadoras son los mismos dentro del margen de error.

Todos los encuestadores coinciden en colocar a López Obrador en tercer lugar, lejos de los dos punteros, excepto Covarrubias, quien lo pone por encima de Vázquez Mota. Co-

varrubias fue la misma encuestadora que en 2006, de acuerdo con López Obrador, llevaba 10 puntos de ventaja, lo que no coincidía con el resto de las encuestas publicadas.

PREFERENCIAS EFECTIVAS							
	MERCAEI	Buendía & Laredo	Covarrubias y Asociados	GEA-ISA	Consulta-Mitofsky	BGC-Excelsior	Parametría
<i>Fecha de levantamiento</i>	10-12 febrero	8-13 febrero	10-15 febrero	17-19 febrero	17-20 febrero	23-27 febrero	24-28 febrero
Josefina Vázquez Mota	37	32	27	35	30	29	31
Enrique Peña Nieto	41	48	42	44	49	47	48
Andrés Manuel López Obrador	21	20	30	21	21	23	19

Si observamos las encuestas de un grupo nos cuentan una historia diferente a la del otro grupo. Por fortuna, prácticamente todos los encuestadores que publican sus encuestas están obligados a entregar al Instituto Federal Electoral (IFE) sus bases de datos, [tal y como lo hicieron en 2006](#).

La discusión en los días por venir será sobre la ventaja de Peña Nieto sobre Vázquez Mota, por una parte, y si López Obrador puede competir por el segundo lugar con Vázquez Mota, por el otro. Nuevamente, y por desgracia, tal parece que la discusión sobre los sesgos de los encuestadores tendrá que esperar a que termine el proceso electoral.

**Estrada, Luis y Pablo Parás. 2006. "Uso y Abuso de las Encuestas de Salida y Conteos Rápidos el 2 de Julio de 2006", en Elecciones Inéditas 2006: La Democracia a Prueba. México: Grupo Editorial Norma. pp.145-162.*