

# PONENCIAS MESA 2

Alberto Trejo

CEO. CENTRO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN  
DE LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

---

## OBJETIVOS GENERALES

- ◆ Intercambiar conocimientos especializados
- ◆ Presentar las metodologías del CEO aplicadas en encuestas públicas nacionales
- ◆ Contribuir a fortalecer la cultura política de los electores y la credibilidad de las encuestas

## INTERCAMBIAR CONOCIMIENTOS ESPECIALIZADOS

- ◆ Las encuestas que realizó el Centro de Estudios de Opinión obedecen a nuestro compromiso con la sociedad de informar veraz, oportuna y neutralmente. Por ser Universidad buscamos contribuir en el desarrollo de la opinión pública en el ámbito científico de las encuestas, aportando así un elemento democrático más a nuestra sociedad, defender asimismo el marco constitucional del derecho al voto democrático y la libertad de expresión.

## PRESENTAR LAS METODOLOGÍAS DEL CEO APLICADAS EN ENCUESTAS PÚBLICAS NACIONALES

- ◆ El CEO realizó 2 encuestas con diferentes metodologías. Ambas nos reportaron resultados similares; fueron de la población en general. Además de diferentes en el método de la etapa final (vía pública y vía domiciliaria), fueron diferentes en la manera de estratificar y de seleccionar las unidades primarias.

## COMPARATIVO DE LAS METODOLOGÍAS DE LAS ENCUESTAS PREELECTORALES

PROCESO	VÍA PÚBLICA	VÍA DOMICILIARIA
Partición 1	Circunscripción	Circunscripción
Partición 2	Tipo de Estado	Tipo De Municipio
Partición 3	Urbano, Rural (Distrito)	Urbano, Rural (Municipio)
Selección 1	Distritos	Municipios
Selección 2	Secciones	Secciones
Selección 2	Individuos	Viviendas

**Primera partición-estratificación:** Se realizaron por circunscripción política.

**Segunda partición-estratificación:** En la que se realizó en vía pública se aplicó una clasificación de estados como oposición, PRI y transición, mientras que en la encuesta de vía domiciliaria se realizó a nivel municipal.

**Tercera partición-estratificación:** Clasificando como urbano o rural a las unidades primarias de selección (distritos electorales en la encuesta por vía pública y municipios en la encuesta por vía domiciliaria).

**Primera etapa de selección:** Las unidades primarias de selección en ambas muestras fueron seleccionadas por MAS.

**Segunda etapa de selección:** Las unidades secundarias en la vía pública fueron elegidas por PPT, mientras que en las seleccionadas por vía domiciliaria fue MAS.

**Última etapa de selección:** En la encuesta levantada en la vía pública se realizó a individuos que habitan en la unidad secundaria seleccionada por la asignación de cuotas por edad y género, en la vía domiciliaria se seleccionaron las viviendas con brinco sistemático y arranque aleatorio dentro de la sección seleccionada, para seleccionar a los individuos respondientes que habiten dentro de la vivienda se realizó con el método de fecha de nacimiento.

### ENCUESTA EN LA VÍA PÚBLICA

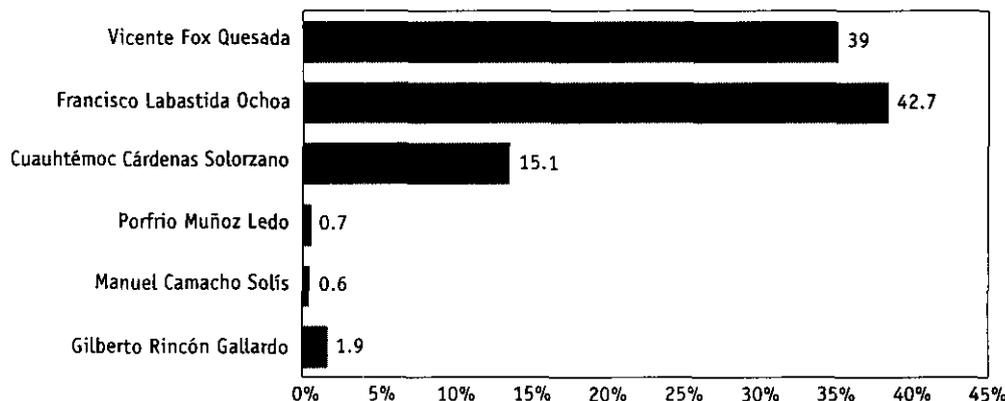
Elaborador y responsable del estudio:	Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Guadalajara
Fecha de levantamiento:	13 y 14 de mayo de 2000
Patrocinador del estudio:	Universidad de Guadalajara
Población de estudio:	Ciudadanos de los Estados Unidos Mexicanos
Tamaño de la muestra:	2,450 casos
Distritos electorales en muestra:	100 distritos
Puntos de muestreo:	175 secciones electorales
Técnica de muestreo:	aleatorio estratificado trietapico
Entrevistas por sección electoral:	14 entrevistas
Personal del operativo de campo:	64 encuestadores y 38 supervisores
Asignación de cuotas:	con criterios de edad y género
Técnica de levantamiento de campo:	entrevista en vía pública asegurando el anonimato de los entrevistados y que habiten en la sección seleccionada.
Confiabilidad estadística:	95%
Grado de error estadístico:	4%

### ENCUESTA EN LA VÍA PÚBLICA

Elaborador y responsable del estudio:	Centro de Estudios de Opinión de la Universidad de Guadalajara
Patrocinador:	Organizacion Editorial Mexicana (OEM)
Fecha de levantamiento:	16 y 17 de junio de 2000
Población de estudio:	ciudadanos de la republica mexicana
Tamaño de la muestra:	2,423 casos
Estados en muestra:	30 estados
Municipios en muestra:	90 municipios
Secciones en muestra:	258 secciones electorales
Técnica de muestreo:	aleatorio estratificado trietapico
Personal del operativo en campo:	79 encuestadores y 26 supervisores.
Técnica de levantamiento de campo:	entrevista en via domiciliaria utilizando urna para conocer la intencion del voto y asegurando el anonimato de los entrevistados
Confiabilidad estadística:	95%
Grado de error estadístico:	± 2.5 %

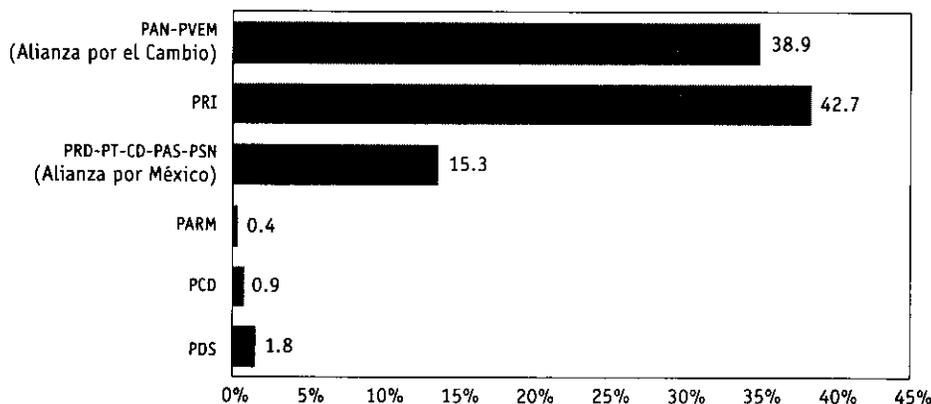
### RESULTADOS ENCUESTA EN VÍA PÚBLICA

EL PRÓXIMO 2 DE JULIO HABRÁ ELECCIONES PARA ELEGIR AL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ¿DE LOS SIGUIENTES CANDIDATOS USTED POR QUIÉN VOTARÍA?



\* Para obtener los resultados arriba presentados, los indecisos cuyo rango es de 12%, fueron asignados proporcionalmente a cada oferta electoral, basados en los siguientes datos obtenidos del trabajo de campo: Fox 34.3%, Labastida 37.6%, Cárdenas 13.3%, Muñoz 0.6%, Camacho 0.5%, Rincón 1.7%, Otro 0.2%, Ninguno 2.9%, No he decidido 8.1% y No contesto 0.8%.

**RESULTADOS ENCUESTA EN VÍA DOMICILIARIA**  
 SUPONIENDO QUE HOY FUERAN LAS ELECCIONES PARA ELEGIR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ¿POR CUÁL PARTIDO VOTARÍA?  
 REPÚBLICA MEXICANA



\* Para obtener los resultados arriba presentados, los indecisos cuyo rango es de 9%, fueron asignados proporcionalmente a cada oferta electoral, basados en los siguientes datos obtenidos del trabajo de campo: Alianza por el Cambio 35.4%, PRI 38.9%, Alianza por México 13.9%, PARM 0.4%, PCD 0.8%, PDS 1.6%, No he decidido 9.0%.

**CONCLUSIONES**

◆ El universo de los votantes (personas empadronadas que acudieron a votar) en esta ocasión no tuvo el mismo comportamiento que la población total mayor de 18 años, de allí la hipótesis del por qué las diferencias en las encuestas preelectorales con el resultado oficial de la votación. Aquellos que buscaban el cambio tenían la mayor convicción de acudir a votar, además, el flujo de votación en las zonas rurales tradicionalmente priistas fue menor a la media nacional, este tipo de sesgos en el modelo inicial no se tomaron en cuenta, es necesario a futuro tomar en consideración dos puntos:

- Encontrar un mecanismo para identificar a los votantes, es decir, aquellos que sí acudirán a votar.
- Medir el flujo de participación esperado para ciertos estratos del universo a estudiar y así poder medir el sesgo no poblacional pero sí el de los votantes.
- Con estos 2 supuestos realizamos la intención de voto de aquellos que en una escala del 1 al 10 mencionaran su probabilidad de acudir a votar, el 56.4% mencionó 10 y el 11.0% mencionó 9, sumando ambos nos da un total de 65.4% contra el 64% de la votación constitucional, al

generar el cruce de los posibles votantes da el siguiente resultado:

PARTIDO	PORCENTAJE
AC	39%
PRI	37%
AM	14%
Otros	2%
Indecisos	8%

- Si bien es cierto que el empate técnico continua, al menos la ventaja inicial hacia el PRI de 3 puntos se cambió a 2 puntos a favor de la Alianza por el Cambio y analizamos el siguiente cuadro de la animadversión hacia los 2 principales candidatos, se puede visualizar que la mayor animadversión es hacia Labastida y con esto se puede concluir que los indecisos no favorecerían a Labastida, haciendo la brecha más amplia hacia Vicente Fox.

CANDIDATO	PORCENTAJE
Vicente Fox	33%
Labastida	67%