

PONENCIAS MESA 6

.....

Alejandro Moreno

DIARIO REFORMA

La única manera de seguir los cambios reales en las preferencias de los votantes o de los electores es a través del seguimiento de esas mismas personas a lo largo del tiempo.

Está estudiado y está comprobado que a nivel agregado podemos ver una estabilidad muy impresionante de las preferencias o de las opiniones, cualquiera que éstas sean, pero eso no necesariamente indica que a nivel individual la gente no cambia su opinión de un momento a otro.

De hecho, los grandes hallazgos de la teoría de opinión pública por mucho tiempo nos han mostrado que a pesar de que al nivel agregado podemos llegar a ver una estabilidad muy fuerte o muy importante, a nivel individual se pueden dar cambios muy significativos de opinión, de ideología, de posiciones ante temas públicos y, por supuesto, de preferencias electorales.

Si en el caso del 2000 tuvimos fuertes variaciones desde noviembre, después de la elección interna del PRI cuando se dieron las primeras mediciones en forma, hasta julio, cuando ya era el momento de la elección presidencial, si a nivel agregado hay fuertes variaciones como las que hemos visto en estos dos días, podríamos esperar que a nivel individual también. La magnitud de esa variación pudiera ser muy, muy importante y la única manera de saberlo es a través de un estudio panel o de un diseño panel. Ni siquiera con el seguimiento tan riguroso y tan interesante que se ha dado con las muestras con rotación, podríamos evaluar los cambios individuales, precisamente por el problema de las muestras distintas e independientes.

Un estudio panel, como el que realizó Reforma en este periodo electoral, tiene virtudes y problemas. Voy a tratar de cubrir en la medida de lo posible todos ellos y cualquier cosa que quedara pendiente lo podríamos ver en la sesión de preguntas y respuestas.

Voy a describir, más que mostrar, resultados del estudio panel, porque la verdad es que los resultados del estudio panel no los vamos a ver sino hasta dentro de algún tiempo, cuando se empiecen a publicar trabajos académicos. Realmente es muchísimo lo que trae el estudio panel, todo lo que puede ofrecer y más que ver los resultados, voy a explicar básicamente cuál fue el diseño.

En el estudio panel en el que participó Reforma, de hecho es un esfuerzo originalmente académico en el que un grupo de investigadores, tanto de Estados Unidos como de México, de instituciones, bueno quizás valga la pena para el record, nombrarlos muy rápido: Jorge Domínguez, de la Universidad de Harvard; Joseph Klesner, de la Universidad de Kenyon; Roderic A. Camp, de la Universidad de Clairmont McKenna; Chapel Lawson, del Instituto Tecnológico de Massachusetts; Alejandro Poiré y Alejandro Moreno, del ITAM; Beatriz

Magaloni, de la Universidad de Stanford; James Mcann, de la Universidad de Purdue, y si alguien se me olvida en este momento espero después darle su crédito apropiado.

Todo este grupo nos juntamos en diversas ocasiones para diseñar el panel. Se tenía un financiamiento en un principio total por parte de la National Science Foundation en Estados Unidos que se otorgó al Instituto Tecnológico de Massachusetts, y se invitó al periódico Reforma a participar en este proyecto. Finalmente, es un proyecto compartido en el que la operatividad y la logística estuvo a manos de Reforma y obviamente también la primicia de la publicación que, como dije, pues no ha llegado a ser ni siquiera el 1 por ciento de todo lo que el estudio puede llegar a ofrecer en términos del conocimiento, agregado a todo este esfuerzo por entender la elección.

De hecho el estudio panel, dadas las tres participaciones que hemos tenido de Reforma, pues conforma lo que es una especie de una trilogía de estudios que serían las encuestas preelectorales, la encuesta de salida y el estudio panel.

¿En qué consiste el panel? Tuvimos cuatro rondas de levantamiento, la primera de las cuales fue obviamente la más grande, es la inicial, de la cual se daría el seguimiento. Esta primera ronda se hizo en febrero, en un periodo relativamente largo comparado con los tiempos que utilizamos para levantar las encuestas preelectorales. En un momento regreso un poco más a los problemas que llegamos a tener en campo.

Lo que se hizo fue seleccionar con la manera tradicional que hacemos las preelectorales, un número total de 160 secciones electorales en las cuales aplicamos todos de manera idéntica a la de cualquier preelectoral que ya lo he descrito, todo fue de manera personal en domicilio. Es muy importante que un panel se haga en domicilio porque de otra manera no podríamos volver a encontrar a los entrevistados.

Tuvimos una muestra total de casi dos mil 400 entrevistados en la primera ronda, una muestra relativamente grande para prever la posible tasa de deserción o de desgaste, como le llaman a la también conocida como tasa de mortalidad que, más que mortalidad, se refiere a quienes van quedando fuera del diseño a lo largo del tiempo por varias razones. En base a esa muestra total de la primera ronda, podíamos proceder de varias maneras: una, simplemente tratar de entrevistar a todos, otra vez en una segunda ronda o tratar de ver de alguna manera un poco más eficiente de darle seguimiento.

Lo que se optó por acuerdo de todos los investigadores involucrados en el proyecto fue que íbamos a partir de alguna forma aleatoria a asignar una mitad de entre-

vistados que se reentrevistarían en una segunda ronda y una mitad que se dejarían para una tercera ronda, de manera que les fuéramos dando seguimiento con tiempos distintos. Esta, si mal no recuerdo, fue una sugerencia de Richard Siderman, de la Universidad de California.

Entonces lo que hicimos fue realmente partir la muestra original en dos. Aquí nos enfrentamos a un problema, cómo partir la muestra de manera aleatoria. Teníamos dos opciones. Una, simplemente aleatorizar la mitad y la mitad, es decir, asignar aleatoriamente entrevistados a una de las dos mitades, lo cual implicaría que, por ejemplo, si teníamos a alguien de aquí de Cuernavaca y a alguien de Taxco, nada más teníamos que hacer para la segunda ronda, el viaje a Cuernavaca para buscar a una persona y luego a Taxco para buscar a una o dos personas.

Entonces, como que en términos operativos no nos sonaba muy realista, dadas las restricciones de recursos que se tenían y los tiempos en que se tenía planeados también hacer. Entonces decidimos en vez de aleatorizar individuos y dividirlos en dos partes, aleatorizamos las secciones de manera que, el que viniera a Cuernavaca no viniera a buscar a una persona, sino de hecho a todas las que se habían entrevistado en una primera ronda.

Lo que hicimos fue aleatorizar secciones en una segunda ronda que se hizo en mayo, aleatorizamos 100 secciones de las originales y regresamos a las casas de los entrevistados. Aquí hay un aspecto que creo que es importante enfatizar: ¿cómo sabíamos si es o no es la misma persona?, tenemos varios mecanismos de control.

Uno, que por regulaciones de la National Science Foundation no podíamos preguntar los nombres completos, teníamos que mantener el anonimato, de hecho teníamos varias regulaciones que metodológicamente nos limitaban bastante, entonces teníamos que encontrar una manera efectiva y eficiente de poder llevar a cabo esto.

Optamos, con la aprobación de ellos, de poder preguntar al menos el nombre de pila, de manera que, cuando el entrevistado llegara a la puerta de donde se hizo la entrevista no se preguntara: vengo a buscar, según la descripción, a una persona de tantos años. No, era más fácil decir: vengo a buscar a doña Juanita que la entrevistamos hace unos días, vengo del periódico Reforma y, es más, nos gustaría otra vez platicar con ella, entonces era específicamente esta persona.

Entre otras, obviamente las variables demográficas, pero confiamos en una variable sobre todas, que fuera la variable de control para asegurarnos de que los entrevistadores efectivamente estaban obteniendo las respuestas de los mismos individuos en las mismas ocasiones,

la cual era, la fecha exacta de nacimiento, por día, mes y año. De manera que el entrevistador cuando iba a campo, se le daba solamente un dato de la fecha de nacimiento por si había alguna duda en el momento de levantar y llegaban, bueno, usted es doña Juanita, sí. Usted nació en tal año, sí, no se les daba el resto de la información a los encuestadores, de manera que el día y el mes nos sirvieran a nosotros como control también de la supervisión del encuestador y, sobre todo, para asegurarnos de que se trataba efectivamente de la misma persona.

Entonces el encuestador regresaba y nos decía, mira, ya encontré a doña Juanita que nació en tal año; ah!, pues voy a comprobar con la primera ronda a ver si también comprobar el día y el mes de nacimiento; entonces en la mayoría de los casos sucedió, nos encontramos con el hecho de que mucha gente, sobre todo en el campo no sabe qué día nació, no sabe su fecha de nacimiento, entonces ahí empleamos otro tipo de mecanismo de control.

Los otros mecanismos eran básicamente los sociodemográficos. En la mayoría de casi todos los casos fue bastante cercana, tuvimos realmente poca discrepancia, pero sí llegamos a tener casos en los que la fecha de nacimiento comprobaba perfectamente bien y sin embargo de febrero a junio había pasado de ser hombre a mujer o de mujer a hombre, simples errores de procesamiento. Obviamente no tiene ningún sentido, no es efecto de campaña a menos de que priístas duros con el efecto "mariquita" hubieran cambiado de identidad o de género, no tiene mucho sentido, pero en general sí teníamos mecanismos de control fuertes y bueno, pues obviamente esto lo omití.

Pero el propósito de realizar el estudio panel, el principal propósito era saber o abundar un poco más, profundizar en cuáles son los efectos de las campañas políticas, teníamos en el cuestionario baterías y muchas preguntas acerca de información, de interés, de preferencias, de ideologías y de los llamados problemas (*issues*) o posiciones en temas de políticas públicas.

En la segunda ronda de la cual teníamos el objetivo de volver a reentrevistar a los mil 119 de la primera que, en este caso no eran necesariamente mil 119, sino más bien aquellos que estaban en la 160 secciones originales, tuvimos un total de 962 reentrevistas en esta segunda ronda.

En la tercera ronda, lo que hicimos fue una combinación de gente que venía de la primera y gente que ya habíamos entrevistado también en la segunda, de manera que los 983 entrevistados en junio, ya a unas pocas semanas antes de la elección, pues básicamente eran dos terceras partes que no habían sido entrevistados

sino una sola vez y había gente que se le había dado seguimiento tres veces.

En este sentido, fue una combinación. Ya teníamos a 371 personas cuyas opiniones podíamos comparar a lo largo del tiempo en tres ocasiones.

La cuarta ronda fue post-electoral. Las tres primeras las hicimos antes de la elección, pero la cuarta ronda la hicimos después de la elección. Nuevamente volvimos a juntar todas las 160 secciones originales y tratamos de reentrevistar a todas las personas en su conjunto, de las cuales pues un cierto número venía desde la primera ronda, no las habíamos podido volver a contactar por alguna u otra razón y el resto pues venían también de la segunda ronda y algunas más de la tercera, que habían participado previamente en segunda y primera y algunos más de tercera y primera. Una serie de combinaciones.

Nuestra ronda final tiene la manera de poder diferenciar entre cuántas veces y en qué momento se les entrevistó a las personas. Este es, en general, el diseño del panel en el que participó Reforma. Hay un elemento extra en el cual Reforma no participó directamente, pero que es parte de todo el diseño panel: una encuesta postelectoral de muestra independiente pero con el mismo cuestionario y los mismos métodos de muestreo y representatividad que la primera ronda. Esta encuesta estuvo a cargo de Mori de México y sirve para determinar el grado de contaminación del diseño panel.

Uno de los mayores riesgos que tiene un panel es qué tanto el mismo ejercicio puede contaminar las respuestas de los entrevistados a lo largo del tiempo. Por ejemplo, cuando llegamos en febrero y le preguntamos a alguna persona: qué tanto platica usted con otras personas acerca de la política, acerca de las campañas: no, pues nunca. Luego le volvemos a preguntar después de un tiempo, qué tanto platica usted acerca de la política, de las campañas con otra persona: a veces. Y luego una tercera vez, qué tanto platica usted de política, pues, "siempre, cada vez que usted viene joven".

Entonces hay una posibilidad de que el mismo ejercicio vaya contaminando las respuestas de las personas. En cada momento fuimos muy cuidadosos, invertimos tiempo, se invirtió en recursos, en asegurarnos de que fueran estas mismas personas, no es un ejercicio fácil, es un ejercicio muy complejo en términos no solamente de diseño, sino también de operatividad, de logística. A cada uno de los encuestados se les iba dando un regalito a lo largo del tiempo también y se les decía, oye, ya los amenazábamos, vamos a regresar después de la elección. Esto puede provocar un cierto condicionamiento de las respuestas. La encuesta con muestra independiente

al final del ejercicio es precisamente para medir el grado del condicionamiento, de la contaminación del ejercicio. Por fortuna no tuvimos mucha contaminación.

Lo que descubrimos es que la gente nos recibió muy contenta, a los encuestadores los recibían muy bien, se sentían bien de que llegáramos a buscarlos a ellos específicamente porque nos importa su opinión y demás; entonces todo eso lo que implica es que hay una posible contaminación en el proceso.

Pudimos llegar a tener dos sesgos: uno, el hecho de que la muestra se va haciendo relativamente más pequeña, y que esos que participan al final por alguna razón, o pudieran llegar a tener ciertas características, que hacen de esta submuestra una submuestra sesgada; otra, tratar de ver y de tener muy claras las razones de la deserción: ya no viven ahí, se cambian; ya no quisieron, hay una serie de aspectos, también lo tenemos medido.

Y la más importante, cuál fue el efecto del entrevistador. Para eso, era muy importante un último aspecto del diseño del panel. Hacer, al mismo tiempo de la cuarta ronda del panel, una encuesta postelectoral a nivel nacional, con una muestra independiente al panel, de manera que se pudiera comparar con la primera, y tratar de ver, con eso, controlar cuáles fueron los posibles sesgos, creados por el experimento.

La encuesta postelectoral no la hicimos nosotros. Yo preferí, de alguna manera, no hacerla, porque de por sí teníamos un ejercicio bastante desgastante, ya con la cuarta ronda. Mori se encargó de hacer la encuesta postelectoral, una encuesta que si mal no recuerdo consistió de mil 200 ó mil 400 entrevistados, y hemos hecho análisis, sobre todo el análisis más serio, yo he estado más observando resultados y viendo qué sucedió durante todo este tiempo, pero James McCann, profesor de la Universidad Purdue, y también colaborador del panel, hizo un análisis, a través de comparación de Análisis de Varianza (ANOVAS), en una base agregada, en la que vienen las cuatro rondas; de hecho, junto con la encuesta postelectoral, en la cual tenemos básicamente todos los casos, con los añadidos, los independientes de la muestra extra.

A través de este Análisis de Varianza (ANOVAS), el cual no voy a mencionar con mucho detalle; de hecho, me hubiera gustado hacerlo, pero no lo tengo a la mano. La conclusión, básicamente, el punto importante, es que no hay o no se encontraron efectos significativos de contaminación por entrevistador; es decir, nuestros encuestadores no tuvieron, de acuerdo con este análisis estadístico, una injerencia importante en los cambios observados a lo largo del tiempo, lo cual creo que es bastante útil e importante saber, dado que

cualquier otro cambio que encontremos de actitudes, de opinión, de conocimiento, de interés, de preferencias, se debe precisamente a otros estímulos; posiblemente de campaña, posiblemente sociodemográficos, pero no necesariamente al ejercicio, como tal.

Básicamente ese es el diseño del panel. Yo no sé si tenga tiempo para mostrar algunos de los resultados que pudieran ser, quizás, de interés; algunas de las publicaciones. Simplemente, me gustaría añadir que, como le comentaba a alguno de los colegas aquí, antes de la sesión, el panel fue un doble reto: el primero, que este es un diseño muy complejo, no es muy práctico, no es algo que realmente se pueda estar haciendo con mucha facilidad.

Es un diseño muy costoso, es un diseño desgastante. Es un diseño, por ejemplo, simplemente para darles una idea, a nosotros nos lleva dos, máximo tres días, hacer una encuesta nacional, con la infraestructura que tenemos. Para poder realizar una submuestra del panel, teníamos que dejar a nuestros encuestadores en campo, hasta por dos semanas, si era necesario.

¿Por qué? Porque tenían que regresar a la casa, y volver, e ir, y hacer tantas visitas como fuera necesario. ¿Por qué? Porque era importante encontrar a la misma persona. Esa es la esencia de un panel. Sí nos enfrentamos a la situación de que había encuestadores que “ah, bueno, aquí no estuvo la persona, pero estaba el hermano, y trae el cuestionario contestado por el hermano”. No, no necesitamos al hermano; tienes que regresar a esa casa y hacer tu trabajo con la persona que era originalmente.

Se trata de un ejercicio muy desgastante desde el punto de vista de campo. ¿Vale la pena? Sí, sí vale la pena. Hay resultados muy, muy interesantes. De ahí venía el segundo reto. El primer reto era realizarlo, llevarlo a cabo; este es el primer panel, a nivel nacional, que se hace en México, hasta donde yo tengo registro. Se había hecho uno también con la participación de algunos de quienes ya están en este ejercicio; lo hizo Rafael Giménez con Reforma en el Distrito Federal, en la elección de 1997; un poco más modesto, más sencillo de llevar a cabo, dado que era el Distrito Federal, pero no por eso necesariamente fácil. Son, como dije, diseños complejos.

El segundo reto, fue el siguiente: un diseño tan complejo, ¿cómo lo publicas en un periódico? Desde mi punto de vista y el de otros que me lo comentaron, fue bastante exitoso también. Creo que hay hallazgos muy interesantes, y sobre todo (voy a tomar uno de tus puntos de vista, Jorge Buendía) la parte educativa, acerca de cómo llevar a cabo y para qué llevar a cabo este tipo de ejercicios.

Simplemente para terminar, añadiría... si me permiten medio minuto. Bueno, si me dan un par de minutos, entonces doy un par de resultados. Ayer surgió la pregunta: con todo este asunto del filtro de los votantes probables, ¿qué podemos ver con el panel? No traigo un acetato pero se los comento; ayer corrí los resultados en la *lap top*. Sin hacer el filtro como tal, por interés y escala; simplemente la pura escala del uno al 10, que tanto hemos discutido durante estos días, ¿qué tan probable es que vote? 10, definitivamente sí; cero, definitivamente no.

El porcentaje de quienes votaron, de acuerdo con la cuarta ronda del panel, es decir, haciendo la comparación de la escala en la tercera ronda preelectoral con la cuarta ronda postelectoral, aquellos que se ponen en la escala, en las categorías menores de cuatro, tuvieron más o menos el porcentaje, creo que está inflado, porque finalmente en julio, entre el 75 y el 80 por ciento de los entrevistados nos dijo que sí votó, lo cual, en principio, suena sobreestimado, pero no hay que perder de vista una cosa: siempre, en lo postelectoral, la participación va a salir sobrerrepresentada.

Pero recuerden que este también es un subgrupo de gente muy participativa; es decir, aquella que sobrevivió una o dos rondas de panel. Entonces, hay que hacer un estudio más detallado acerca de este tipo de características.

De 10. La escala preelectoral. No, perdón, de 11, con el cero. Mis escalas de participación son 11, cero, si definitivamente no va a votar.

Aquellos que se pusieron en la escala de cuatro para abajo en la preelectoral, entre un 10 y un 15 por ciento dijeron que sí votaron; o sea, poquitos. Tengo el presentimiento que la mayoría de ellos nos está diciendo que sí, cuando en realidad no; habría que probar.

En niveles medios, por ejemplo, quienes se pusieron entre el cinco y el seis en la escala preelectoral, entre el 50 y el 60 por ciento dijeron que sí votaron. Curiosamente, a la mejor esto es pura coincidencia.

Esos que se pusieron entre ocho y nueve, el 92 por ciento dijo que sí votó, y aquellos que se pusieron en el 10, en junio, el 98 por ciento dijo que sí votó.

¿Esto qué quiere decir? Bueno, que hay una fuerte coincidencia y hay una fuerte correlación entre aquellos que nos dicen que sí van a votar y realmente votan. En otras palabras, este es otro punto más de evidencia en favor de mi hipótesis de los votantes probables desarrollada en la primera mesa de este evento.

La otra, si me permiten poner otro tipo de hallazgos; algunos publicados, algunos no, que nos permite hacer este tipo de cosas. Bueno, esta es una gráfica que preparé para otra exposición, pero lo que podemos ver es, por ejemplo, las correlaciones entre las

actitudes tomadas en un tiempo y en otro. Por ejemplo, aquí lo que tengo son las correlaciones bivariadas, entre los participantes del panel, en cuál es su identificación partidista, uno de los temas que también hemos estado discutiendo en estos días.

Otro, una de las cosas que creo que este tipo de ejercicios nos ayudan bastante a esclarecer, es que generalmente cuando tenemos ejercicios novedosos, una de las cosas que encontramos es que precisamente nos dan conocimiento, a veces contrario al sentido común. Por ejemplo, la hipótesis de la asignación de indecisos. Si los indecisos se asignaran, yo soy de la idea que no se deben de asignar, porque nunca vota el 100 por ciento del electorado, ni en los mejores días de la ex Unión Soviética votaba el 100 por ciento del electorado, pues para mí es una falacia total asignar indecisos.

Pero lo que sí, es que teníamos el sentido común de que los indecisos se iban con la oposición y, específicamente, se iban a ir con Fox. Uno de los hallazgos que tuvimos, y esto el panel nos lo da, es que los indecisos más que nada se estaban yendo, sobre todo con el PRI, con Labastida, y que al final no votaron muchos de ellos. Lo vimos con la probabilidad, con los coeficientes de regresión logística que mostré en la primera sesión.

La probabilidad de que un panista fuera a las urnas el 2 de julio, era 0.7, si mal no recuerdo; un muy panista, un panista fuerte; mientras que la probabilidad de que un llamado indeciso fuera a las urnas el 2 de julio, era de 0.35; es decir, un mundo de diferencia.

Algunos de los cuadros que creo que vale –quizás con esto termino, no me gustaría extenderme mucho más–, pero esta fue una publicación precisamente de la cuarta ronda, que coincide con lo que María de las Heras decía ayer, acerca de esta pérdida de identidad con el PRI, que de hecho es una pérdida que no se dio de enero de 2000 a julio de 2000, es una pérdida de identidad, que viene de 20 años atrás. Es decir, ha habido un proceso de descomposición con esa identidad, más o menos constante.

Entonces, lo interesante aquí es que, incluso en actitudes tan estables, de acuerdo con la teoría, como la identificación partidista, se dan cambios notables. Por ejemplo, en febrero, en nuestra primera ronda, de aquellos que se consideraban priístas, solamente dos terceras partes seguían siendo priístas en julio. Esto nos mostraba, obviamente, un debilitamiento bastante fuerte.

Otra de las formas como manejamos esto, a nivel de la publicación, fue que de febrero a julio el 63 por ciento de los entrevistados no cambió sus identificaciones partidarias; no quiero decir sus intenciones de voto; sus identificaciones partidarias, y el 37 por ciento sí lo cambió.

Entre quienes lo cambiaron, 12 por ciento se cambió de un partido a otro; es decir, era priísta y se pasó a panista, o alguna otra combinación; el 12 por ciento pasó de ser “independiente”, de ser no partidista, a ser partidista; el 13 por ciento cambió de ser partidista, a volverse independiente. Podíamos decirlo muy a la ligera: se desilusionó del partido y simplemente ya nadie, no lo abandonó por otro.

De los que no cambiaron, 48 por ciento permaneció fiel a su partido, la mitad, y el 15 por ciento permaneció sin partido.

Ese es el tipo de hallazgos, que nos permite este tipo de ejercicios, entre muchos otros, como lo mencioné. Si vemos el cuadro y observamos la pregunta “¿por quién votó para Presidente de la República?” Bueno, éste es un cruce estático, todo eso es de la cuarta ronda; al menos este de aquí, y eso no tiene mucho sentido; es decir, lo estático no es lo que nos enriquece el panel. El panel es una medición dinámica, en la que podemos ver cómo evolucionan las preferencias, cómo cambian, cómo dejan de cambiar, y de alguna manera, acercarnos al por qué se cambia o por qué no se cambia.

Todas estas son estáticas, las podemos sacar con cualquier encuesta de corte transversal; es decir, una muestra independiente y listo, pero ese tipo de cosas del panel sí son dinámicas.

Ahora, no dejan de ser interesantes; de hecho, estas son las muestras, no necesariamente el seguimiento individual, pero sí las muestras en total, que me parece que fue otro de los muchos hallazgos, que pueden ser bastante interesantes.

Estas sí son muestras, como dije, no estamos atando la opinión de los individuos como tal, pero sí son las muestras de ellos mismos.

En otras palabras, pusimos el cruce de qué pensaba yo en febrero y qué pienso ahora en julio, pero lo que nos da es que entre esa misma gente 41 por ciento en febrero pensaba que México sí es una democracia, subió al 44 por ciento en mayo, al 48 por ciento en junio y luego, después de la elección a 63 por ciento.

Con esto termino la trilogía de estudios electorales de Reforma en el proceso electoral del 2000. Si hay preguntas sobre el diseño estaré encantado de contestarlas. ■

ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA ENCUESTA PANEL NACIONAL

Objetivo	Dar seguimiento a las mismas personas entrevistadas para evaluar los efectos de las campañas políticas en el electorado.
Fechas de publicación	Primera Ronda: marzo 15; segunda ronda: mayo 19; tercera ronda: junio 23; cuarta ronda: julio 30.
Fechas de levantamiento	Primera ronda: febrero 18-21 y 25-28; segunda ronda: abril 28 al 9 de mayo; tercera ronda: junio 2-14; cuarta ronda: julio 5 al 16. Las fechas de levantamiento coinciden con fines de semana, con el fin de aumentar la probabilidad de encontrar en sus domicilios a las personas elegibles para el estudio.
Población de estudio	Mexicanos de 18 años o mayores en las 32 entidades federativas del país
Marco muestral	Secciones electorales definidas por el IFE (previamente estratificadas por criterios urbano/mixto/rural)
Método de muestreo	Probabilístico con selección en etapas que incluyen: 1) puntos de levantamiento; 2) selección de viviendas; 3) selección de las personas entrevistadas. El tamaño de muestra surgido de la primera muestra es de 2,398 entrevistas. El margen de error teórico deseado para tener una inferencia confiable de los resultados a nivel nacional, es de +/- 2% para toda la muestra, con un nivel de confianza de 95%. Los márgenes de error de rondas subsecuentes fueron de +/-3.5%, +/-3%, y +/-3%, respectivamente, y reflejan la distribución sociodemográfica de los participantes de la primera ronda, por lo que, aunado a la tasas de deserción, no pueden ser considerados como representativos de toda la población. Los tamaños de muestra fueron los siguientes: primera ronda: n=2,398; segunda ronda n=962; tercera ronda: n=983; cuarta ronda: n=1,277.
Selección de puntos de levantamiento y entrevistados	La selección de entrevistados siguió el siguiente esquema: primera ronda: 160 secciones que corresponden a 73 ciudades de más de 15 mil habitantes y 48 localidades de menos de 15 mil habitantes. Para las rondas subsecuentes, el número de secciones fue de 100, 110 y 160, respectivamente. Las tasas de deserción fueron: 24% para la ronda de mayo, 24% para la ronda de junio, y de 37% para la cuarta y última ronda.

Tipo de entrevistas

Personales en vivienda (excepto 7 entrevistas en segunda ronda que se realizaron vía telefónica).

Supervisión trabajo de campo

En 3 etapas complementarias: 1) Supervisión directa durante la aplicación de cuestionarios (sólo en la segunda ronda) en un recorrido aleatorio. 2) Supervisión después de la aplicación de cuestionarios (en las 4 rondas), mediante un sorteo de los encuestadores. El trabajo de supervisión directa, que a lo largo de las cuatro etapas abarcó al total de encuestadores, fue combinado de una supervisión "indirecta", a través de la asignación rotativa del trabajo entre encuestadores y el reporte de resultados de cada uno. 3) Supervisión estadística por medio del análisis de resultados obtenidos, tomando como variable de control el número de encuestador.

Control por efectos de contaminación

El diseño del Panel incluyó una encuesta postelectoral con muestra independiente al panel y comparable a la primera ronda de febrero, para controlar los efectos de contaminación por reentrevistas. La encuesta post-electoral de control tuvo un tamaño de muestra de 1,199.

DISEÑO, PATROCINIO Y REALIZACIÓN DE LA ENCUESTA PANEL NACIONAL

Patrocinio:

Grupo REFORMA e Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

Diseño y participantes (en orden alfabético):

Dr. Roderic Ai Camp, Claremont McKenna College; Dr. Wayne Cornelius, Universidad de California en San Diego; Dr. Jorge I. Domínguez, Universidad de Harvard; Dr. Joseph Klesner, Kenyon College; Dr. Chapell Lawson, Instituto Tecnológico de Massachusetts; Dra. Beatriz Magaloni Kerpel, Universidad de Stanford; Dr. James McCann, Universidad de Purdue; Dr. Alejandro Moreno, Instituto Tecnológico Autónomo de México; y Mtro. Alejandro Poiré Romero, Instituto Tecnológico Autónomo de México.

Realización:

Departamentos de Investigación de REFORMA, EL NORTE, MURAL y PALABRA.

Coordinación:

Alejandro Moreno, María Antonia Mancillas, Roberto Gutiérrez.

DISEÑO DEL ESTUDIO PANEL NACIONAL

