

PONENCIAS MESA 2

.....

Rafael Giménez

ARCOP PARA EL PAN

El Partido Acción Nacional empezó hacer encuestas a partir de 1983 durante las elecciones municipales de Chihuahua y, más o menos, durante toda la década de los ochenta y buena parte de los noventa. Prácticamente fue un esfuerzo esporádico, no muy sistemático y sí era una labor muy poco satisfactoria hacer encuestas porque era ver la información y no poder hacer nada con ellas.

Entonces, realmente no había mucha experiencia en la realización de encuestas hasta 1995 y 1996 donde empezó a aparecer el PAN con oportunidad de desafiar realmente al PRI, por lo menos en la elección del Congreso de 1997.

La reforma electoral de 1996-1997 generó una enorme cantidad de recursos para los principales partidos de oposición y eso posibilitó que realmente empezaran a definir, por política, nuevas estrategias de comunicación: la posibilidad de hacer anuncios, televisión, de radio y, por supuesto, de fijar como políticas la realización de encuestas y de investigación de opinión pública en forma considerable.

Creo que por la misma época el PRD hizo más o menos la misma incorporación que el PAN alrededor del 1996-1997, con Felipe Calderón y López Obrador al frente de cada uno de los partidos.

En las elecciones de 1997 todavía el PAN empezó trabajando con dos encuestadores pioneros: Jaime González y Jesús Gómez Espejel. Bimsa también estuvo haciendo encuestas al principio de las campañas de 1997, pero a partir de la segunda mitad del 1997 Arcop empezó a hacer una buena cantidad de encuestas para el Partido Acción Nacional.

Desde entonces, prácticamente se han hecho todo tipo de ejercicios y experimentación: encuestas preelectorales, encuestas de salida, postelectorales, a militantes y paneles.

En el año 2000 también se hicieron ya un par de encuestas rotando una parte de la muestra (*tracking polls*) en las elecciones presidenciales y, recientemente, en Chiapas.

Creo que fueron muy importantes las experiencias de Chihuahua en 1998, Durango 1998, Sinaloa 1998, Quintana Roo 1999, donde aparte de hacer este trabajo normal hubo una gran oportunidad de experimentar con muchísimas cosas en encuestas.

Prácticamente hicimos todo lo que se podía hacer con encuestas entre 1998 y 1999.

En 1999 también me tocó la oportunidad de formar parte del Consejo que iba a poner, a punto, la forma de seleccionar candidato, cuando se discutía el tema de la gran alianza con Edmundo Berumen y Enrique Calderón. Me tocó proponer a mí la resolución por encuesta de la candidatura con los comentarios y correcciones que entonces nos hizo Edmundo.

Bueno, en este contexto quiero citar que para el PAN también Gauss tuvo una participación muy relevante en la elección de 2000. Algo similar estaba pasando con los otros partidos, trabajando con más de una agencia de investigación.

Y me da la impresión de que es, con mucho, el volumen de investigación que comisionan los partidos y el Gobierno Federal –Gobernación y Presidencia– es dominante en la industria, es ampliamente dominante sobre los medios de comunicación.

De hecho, solamente hay cuatro series nacionales de medios de comunicación o cuatro medios o grupos de medios interesados en financiar encuestas y la Agencia Reuters. Entonces, es fuertemente dominante este asunto y es realmente escasa la investigación de medios de comunicación.

Esto ha generado muchísimos vacíos de información. No deja de ser notable que ningún medio de comunicación nacional hizo encuestas después del primer debate, que es probablemente el momento definitivo de la elección, ninguno. Y, ciertamente, creo que esa situación fue lamentable. No hubo, al menos, este sentido de oportunidad. De hecho, esa fue la importancia de la encuesta de Zogby, llegar en ese momento a presentar una encuesta cuando no había información pública.

Lo cierto es que la debilidad con que los medios han afrontado, salvo el caso de Reforma, por supuesto, una responsabilidad en el área de las encuestas, ha dejado mucho terreno para que los partidos y el Gobierno, que tienen un amplio dominio en la investigación, en la comisión de encuestas y de estudios de opinión, vayan colocando su información en las elecciones. Ciertamente, yo creo que ese fue parte del caos que se vivió.

Realmente sí estuvimos en una guerra de encuestas, aparte de las encuestas de los medios, estuvimos en una guerra de encuestas grave, en la cual el Partido Acción Nacional tomó la decisión de publicar su información, básicamente, en el contexto en el que se estaba en ese momento.

Si recordamos, antes el PAN, prácticamente, no difundía sus encuestas en elecciones previas, son muy raros los casos donde el PAN difundió sus encuestas antes de la elección de 2000.

Dos motivos había para difundir las encuestas: el primero, era un movimiento más agresivo. Ciertamente, había un interés en estimular el voto estratégico y veíamos una grave ausencia de información, cuando las preferencias ya estaban citando a dos candidatos en condiciones de ganar; y el segundo, mucho más defensivo, sentíamos también que había una intención, y digo, estábamos en un mundo de mucha desconfianza y eso no hay que olvidarlo en las elecciones de 2000.

Era preferible la guerra de encuestas que una falsa unanimidad con la información de los medios.

Ciertamente éste no es el terreno óptimo, ni el mundo óptimo, pero si vemos las encuestas del PAN, en primer lugar son encuestas reales, las de Gauss y las de Arcop, a diferencia de las encuestas que publicó el PRI, son encuestas reales que, además, a diferencia de lo que dice Enrique Alduncin, el sesgo es mínimo, si acaso lo hubo, en relación a las encuestas que estaban haciendo los medios o agentes neutros, es un sesgo mínimo, prácticamente igual.

Cuando vi las gráficas de Edmundo Berumen y Roy Campos que tenían ese tema en la campaña, me parecía que eran básicamente las mismas que las de los medios, las encuestas que estaba difundiendo el PAN.

Entonces, quiero dejar eso en claro del por qué difundimos encuestas.

Al final, en el cuadro de encuestas finales, solamente vamos a ver dos encuestas partidistas: la de Pearson y la de Arcop. Prácticamente ninguna otra fue financiada por partidos de oposición ni nada por el estilo en ese caso (Ver Cuadro 1).

Y, en dado caso, en el transcurso de la elección, si hubo guerra de encuestas pues la perdimos, mientras el PRI publicaba 80 veces una encuesta nosotros nada más ocho veces, pero de todas maneras era importante ir colocando información y, como digo, era una medida defensiva contra una falsa unanimidad que percibíamos en las encuestas de los medios.

Hicimos muchas encuestas en estas elecciones, pero éste es el muestreo con rotación (*tracking poll*) de nosotros, duró 120 días más o menos. Hay algunos movimientos importantes (Ver Gráfica 1).

En la Gráfica 1 aparecen más fuertes los movimientos, lo que era día con día. Tardamos un poco en dominar exactamente lo que queríamos hacer con esta información y cómo íbamos a fijar la metodología, porque era algo que no había visto, por lo menos en México: una encuesta diaria por un periodo amplio de campaña.

Entonces, como se observa en la gráfica 1, los primeros días se registraron fuertes variaciones en las mediciones, como ese pico, que yo considero que se debió a algunos asuntos metodológicos, a una mala rotación de las secciones que estamos poniendo en muestra.

A partir de lo anterior decidimos fijar tres ponderadores, en este caso, claramente, eran demográficos, no usamos otro tipo de ponderadores. Se usaron ponderadores por tipo de localidad, escolaridad y edad. Veíamos que, controlando esos, estábamos empezando a reflejar movimientos reales de opinión.

A partir de ese momento, hay momentos donde se intensificó la encuesta diaria. En lugar de hacer una

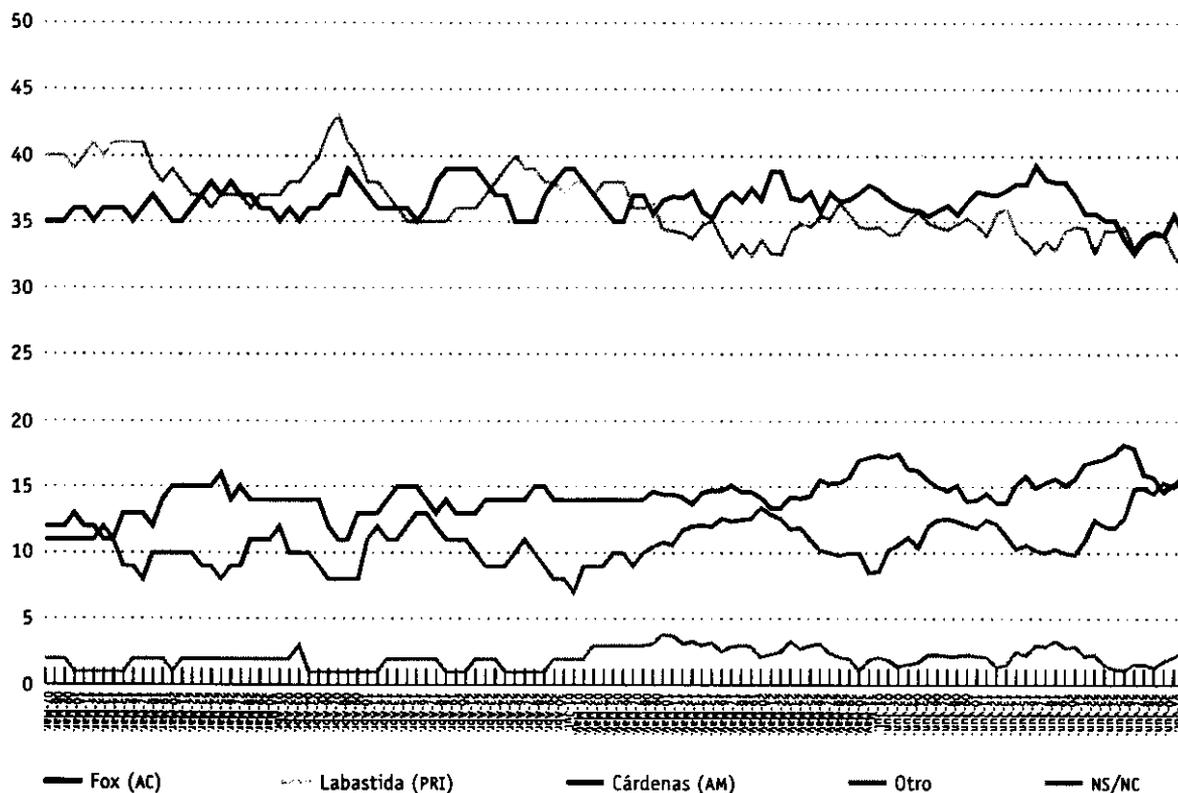
CUADRO 1
ENCUESTAS FINALES PUBLICADAS
PREFERENCIA EFECTIVA PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA¹

Encuesta	Responsable	Fecha de levantamiento	Casos	Tipo	% de preferencia				Acertó al ganador
					Labastida	Fox	Cárdenas	Otros	
1	ARCOP	12-18 jun	1,400	Domicilios	38	43	17	3	Sí
2	Democracy Watch	16-19 jun	1,542	Domicilios	36	41	20	3	Sí
3	Demotecnia	nd	2,054	Domicilios	34	44	16	6	Sí
4	GEA	15-18 jun	2,287	Domicilios	38	39	19	3	Sí
5	Alduncin	6-12 jun	2,095	Calle	35	41	20	4	Sí
6	Reforma	17-18 jun	1,545	Domicilios	42	39	16	3	No
7	Consultores y Marketing Político	15-19 jun	1,800	Domicilios	41	38	18	3	No
8	Milenio/ACNielsen	12-19 jun	2,489	Domicilios	43	39	16	3	No
9	CEO/U. de G.	16-17 jun	2,423	Domicilios	43	39	15	3	No
10	Greenberg-Pearson	17-19 jun	1,309	Domicilios	43	39	15	3	No
11	Reuters/Zogby	10-18 jun	1,330	Domicilios	44	41	15	1	No
12	Fishers	16-18	2,750	Domicilios	42	36	19	3	No
13	Mund-Dallas Morning News	12-19 jun	1,362	Domicilios	37	36	27	0	No
RESULTADO OFICIAL					36.9	43.4	17.0	2.7	

¹ Sin considerar a los indecisos o la no respuesta.

GRÁFICA 1
SI HOY FUERA LA ELECCIÓN PARA ELEGIR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, ¿POR CUÁL PARTIDO VOTARÍA USTED?

Preferencia bruta



rotación lenta de 200 cuestionarios diarios, se hizo una rotación amplia de 400 y hasta 600 cuestionarios alrededor del debate para mirar efectos fuertes de eventos importantes que ocurrieron durante la campaña

A partir de finales de abril, que fue el primer debate, yo ya no encuentro otro movimiento en el que el PRI haya tenido una ventaja significativa en la contienda o lo más que alcanzaron fueron algunos empates en la preferencia de los electores.

Pero la contienda y la elección fueron terriblemente duras, no fue una elección dada, ni ganada ni mucho menos. Cuando parecía que se iba Fox, el PRI apretaba o empezaba negativas terribles; cuando parecía que se iba en la campaña. Esta serie se correlacionó.

Efectivamente, un comentario del doctor Enrique de Alba me parece muy importante: los objetivos con que se realiza una investigación definen decisiones de muestreo, definen decisiones de cuestionario y definen decisiones de ponderadores o de filtros o de cosas de este tipo. Y me parece que en este caso era fundamental la precisión en la estimación de resultados, pero también era fundamental una serie de informaciones adicionales. Esta serie se correlacionó con niveles de audiencia (*ratings*), con comerciales, con el análisis del IFE que tenían de negativos, positivos, tiempos en televisión y demás.

Entonces, éste era el objetivo, era correlacionarlo

con toda esa información para ir mirando qué podía estar pasando a lo largo de la campaña.

Es decir, sí hay efectos de campaña, hay efectos de corto plazo y hay momentos donde impactan algunos eventos.

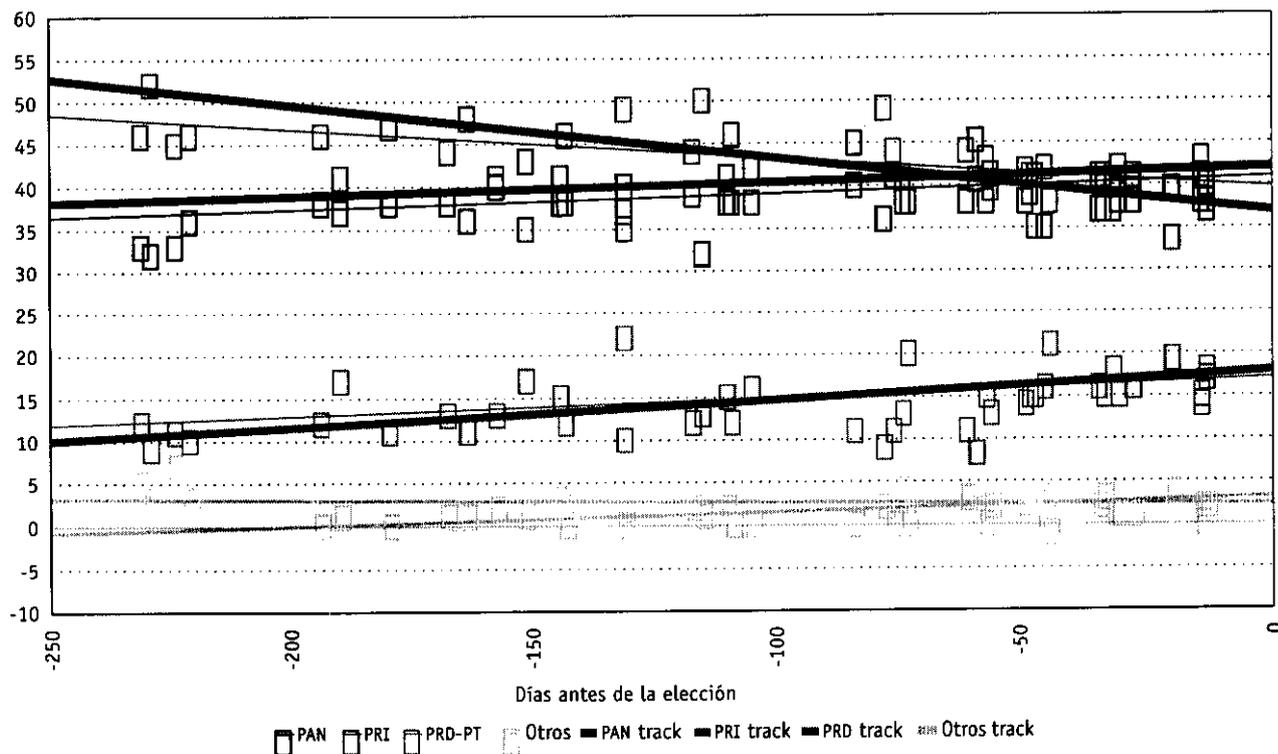
Aquí me interesa que veamos esta gráfica de los indecisos también. Al final de la campaña aumentó el porcentaje de indecisos, de lo que llamamos indecisos o que es una de las partes de la no respuesta. Como definieron más precisamente en la Mesa 1, no solamente no disminuyó sino aumentó un poco al final de la campaña, exactamente con la misma metodología.

Al final de la campaña nosotros sí sentimos que había un momento donde el PRI se podía desinflar por completo, poco antes de las últimas semanas, pero no. El PRI volvió a apretar y esta última ola de negativas fue terrible. Este efecto final fue el que cerró la elección a los márgenes en que finalmente quedó.

Nosotros no estábamos conformes con nuestra serie de encuestas. Entonces, no estábamos conformes de tener eso como única información.

Entonces, lo que hicimos fue más o menos ver el comportamiento de las encuestas con rotación diaria (*tracking poll*) y a lo largo de la elección comparar con las otras encuestas que estaban siendo publicadas, eliminamos a Technomanagement, Quantum, CEPROSEPP y nada más. Pearson (Ver Gráfica 2).

GRÁFICA 2
ENCUESTAS ELECCIÓN PRESIDENCIAL MÉXICO 2000 CON TRACKING POLL



Primera cosa importante: tenemos en la barra azul, la línea azul, es la línea del muestreo con rotación (*tracking poll*) el ajuste de los puntos, encuesta de rotación diaria (*tracking poll*). La línea delgada es la de todas las demás encuestas publicadas.

Prácticamente siguen una paralela de principio a fin la estimación por la intención de voto por Fox.

En cambio, en la otra que sí tenemos un poco más de diferencia, pero que casi todo el tiempo fue igualmente paralela, fue en la de la línea roja, que es la del PRI, pero casi todo el tiempo fueron paralelas. Pero lo que provocó ese efecto de que se diferencien las pendientes son las últimas encuestas, donde sí hubo divergencias importantes, esa caída de la pendiente.

Entonces, estábamos muy tranquilos con los resultados de las encuestas con rotación diaria (*tracking*) de que iba, pues, por decirlo de algún modo, ajustándose con toda la información disponible, confiable digamos. Eso sí era muy importante eliminar la información que era poco significativa en este análisis.

Primera cosa importante para nosotros: ¿Por qué van en paralela y nosotros ligeramente arriba con el PAN?

En mi opinión sí hubo una decisión de ponderadores que dependía, precisamente, de los objetivos de esa investigación, que provocó que nosotros trajéramos ligeramente arriba al PAN y ligeramente abajo al PRI.

Nosotros optamos por controlar tipo de localidad, edad y escolaridad, sobre todo, y encuentro que, sobre

todo el de escolaridad, que es el que sigue, edad, básicamente no nos dio ningún problema a lo largo de la serie ni en electores potenciales, es mínima la diferencia, ni en relación a nuestra propia encuesta de salida (*exit poll*) que hicimos en el 2000 (Ver Gráficas 3 y 4).

En las gráficas 3 y 4 es un poco más importante esa información. Yo no creo que estemos aplicando métodos probabilísticos en extremo, ni siquiera la encuesta de Nielsen que se mencionó.

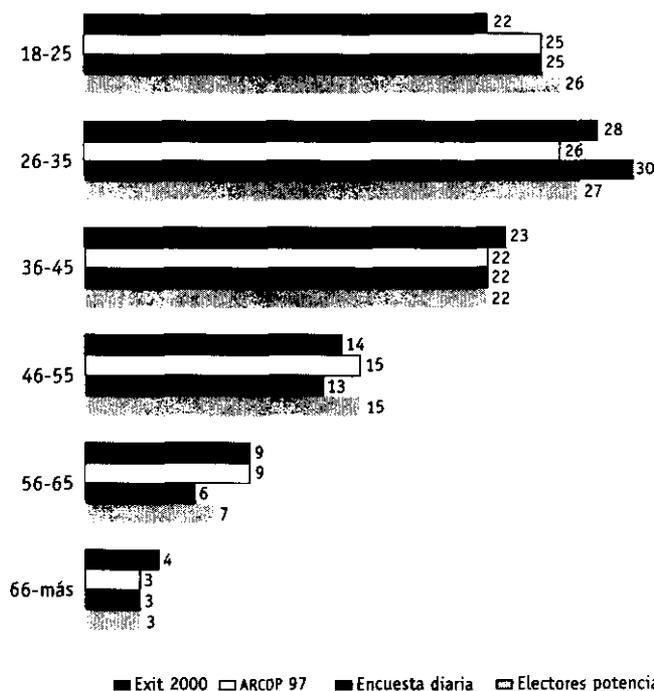
Entonces, tenemos que ver qué tipo de efectos están ocurriendo en algunas de las variables demográficas, a pesar de que estemos llevando un buen control de cuotas en esta ocasión.

En la Gráfica 4 tenemos este dato de nivel de escolaridad, secundaria contra este de universidad, donde estábamos viendo el mayor efecto de nuestras encuestas.

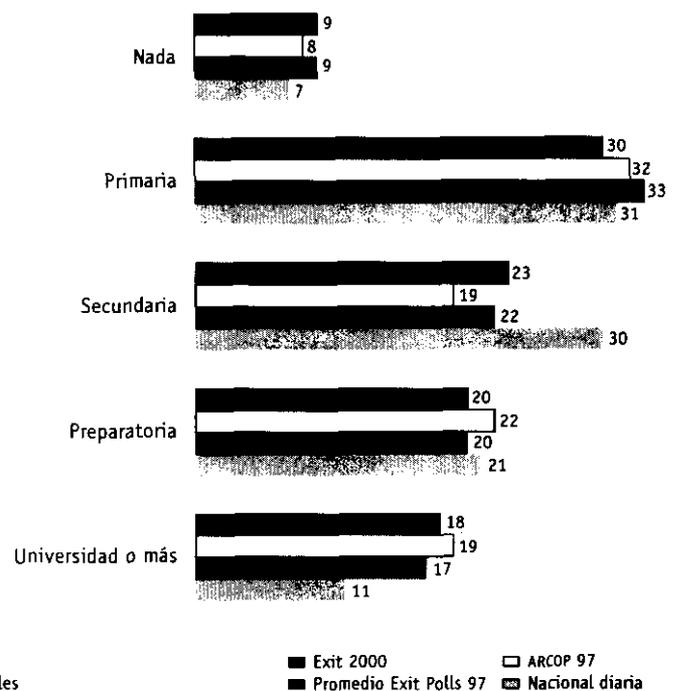
Entonces, nuestra decisión, lo discutimos también con Alejandro Moreno, y en el IFE públicamente lo presentamos, fue optar por información de encuestas de salida (*exit polls*) y no por información de variables demográficas de 2000 o de proyecciones del censo de 2000 o de 1995.

Yo creo que teníamos esa paralela ligeramente superior para Fox y ligeramente inferior para el PRI. Optamos más bien por la escolaridad en las encuestas de salida (*exit polls*), en lugar de la escolaridad del censo, que era lo que comentaba Miguel Basáñez en la mañana.

GRÁFICA 3
DEFINICIÓN DE POBLACIÓN: EDAD



GRÁFICA 4
DEFINICIÓN DE POBLACIÓN: ESCOLARIDAD



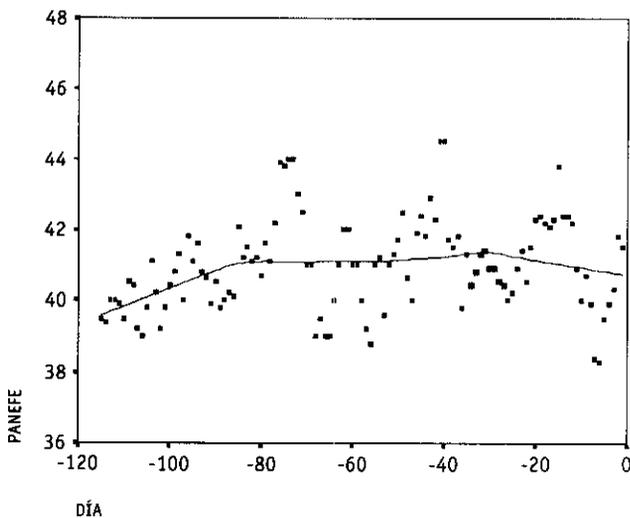
Quiero que veamos que en realidad lo de maximizar el pronóstico de la elección, sí fue algo más o menos casual. Digo, es evidente que una encuesta que es más precisa que el PREP, es más precisa que la elección, entonces, eso no tiene ningún sentido.

Pero, en realidad, lo que sí hacen las encuestas, es ir trazando un espacio, y la ventaja que tenemos con el PREP era que íbamos viendo exactamente ese espacio; ese espacio que le llamamos el espacio muestral, el que trazó todas las muestras a lo largo del tiempo.

Ahí ajustábamos todos los días, con una regresión Lowess que, básicamente, lo que hace es ajustar mejor para cada tramo de la gráfica, y si vemos también tenemos unos problemas atípicos (*off players*) terribles, pero eso es también propio de las muestras, tener un (problemas atípicos) sobre 20, digamos, es bastante común.

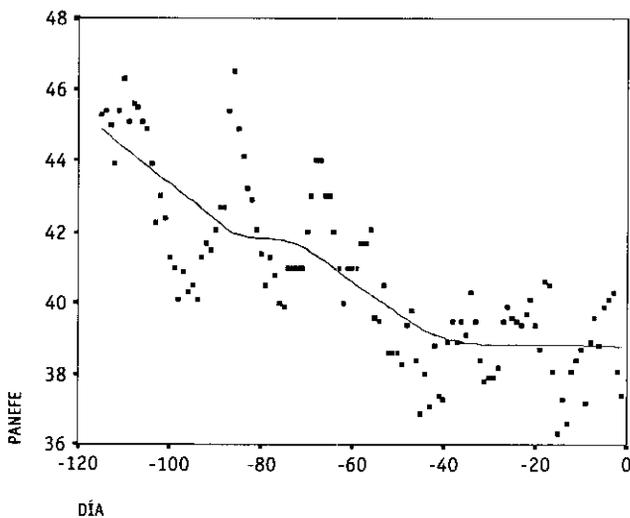
GRÁFICA 5

ENCUESTA DIARIA Y VOTO POR EL PAN



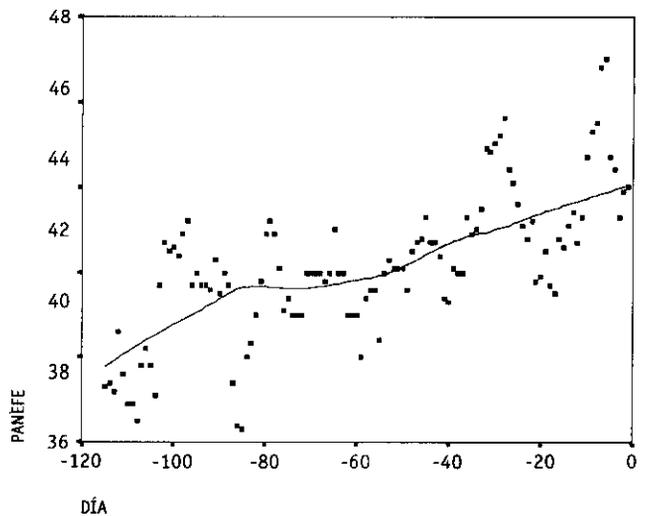
GRÁFICA 6

ENCUESTA DIARIA Y VOTO POR EL PRI



GRÁFICA 7

ENCUESTA DIARIA Y VOTO POR EL PRD



Entonces, básicamente, eso era lo que nos hacía sentir muy tranquilos de por dónde andaba la banda, dónde iba a quedar el PRI, cuál era el error muestral real de nuestra encuesta. Esa era, básicamente, la decisión que habíamos tomado.

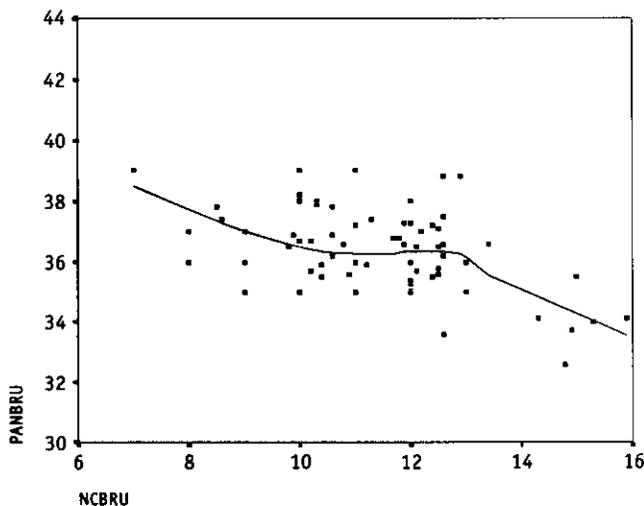
Cambian las pendientes a lo largo de algunos días y el PAN estuvo bastante estable. Fox, pues, estuvo bastante estable a lo largo de este periodo, con algunos cambios de pendientes (Ver Gráfica 5).

El PRI, en cambio, sí tuvo una caída importante. Igual hay algo de problemas atípicos (*off players*), pero sigue estando ahí el ajuste, es una caída a lo largo del tiempo y más o menos íbamos pronosticando. Nosotros no sabíamos si las preferencias pronosticaban 43 por ciento para el PAN y 37 por ciento para el PRI o si quedarían las preferencias en 42 y 38 por ciento respectivamente, pero sí pronosticamos, claramente, con el candidato y con el presidente del partido, a dónde iba a estar la elección, en qué margen iba a estar la elección. Lo demás es bastante casual. Digamos que hayamos sido los más precisos, es bastante casual, en ese otro lado (Ver Gráfica 6).

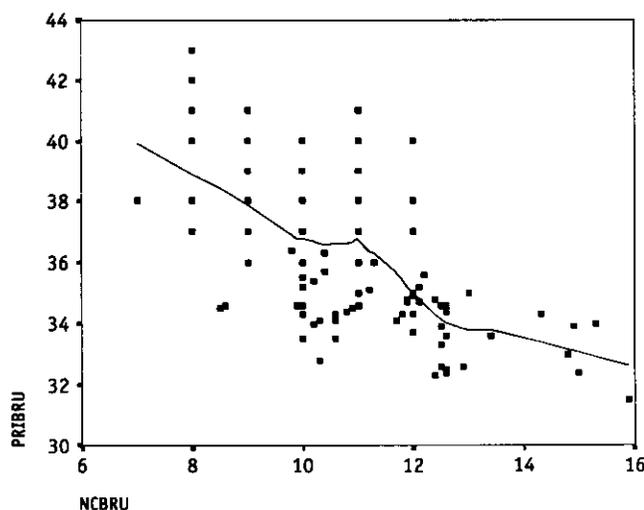
En el caso de la encuesta diaria y la preferencia por el PRD, éste tuvo repuntes y, al final, tuvo un comportamiento bastante más delicado en los últimos días de las campañas, y ahí sí tenemos un ajuste menos bueno, digamos, menos bueno de esa recta. El PRD llegó a tener 21 por ciento al final, en unas semanas previas de la elección, a una semana o dos, previo a la elección cuando Cuauhtémoc Cárdenas se fue durísimo contra Fox, con el tema del dinero (Ver Gráfica 7).

No me gusta la explicación de los indecisos, pues, como habíamos dicho, lo que había expresado Nielsen,

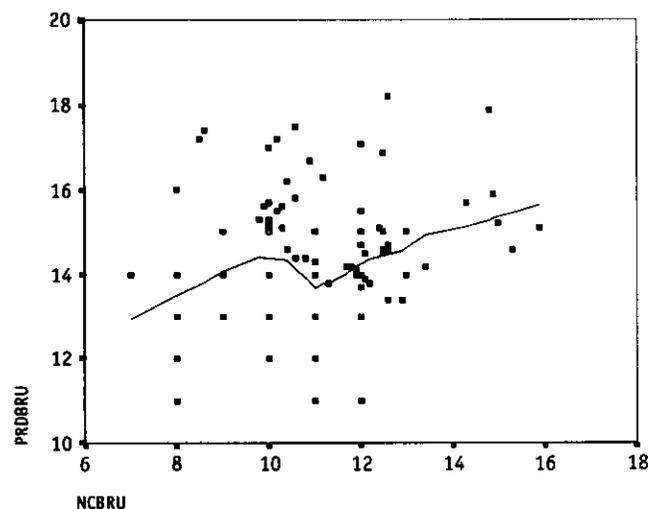
GRÁFICA 8
VOTO POR EL PAN CON "INDECISOS"



GRÁFICA 9
VOTO POR EL PRI CON "INDECISOS"



GRÁFICA 10
VOTO POR EL PRD CON "INDECISOS"



pero que no es de Nielsen; es una explicación que ha estado rondando por ahí, como un flujo masivo de indecisos, fue lo que provocó el error de las encuestas.

Hicimos la misma regresión, pero aquí es la no respuesta contra el PAN, y vemos que la relación es tenue pero, básicamente, cuando disminuye la no respuesta aumenta la intención de voto por el PAN y viceversa. Cuando aumenta la no respuesta, baja la intención de voto por el PAN (Ver Gráfica 8).

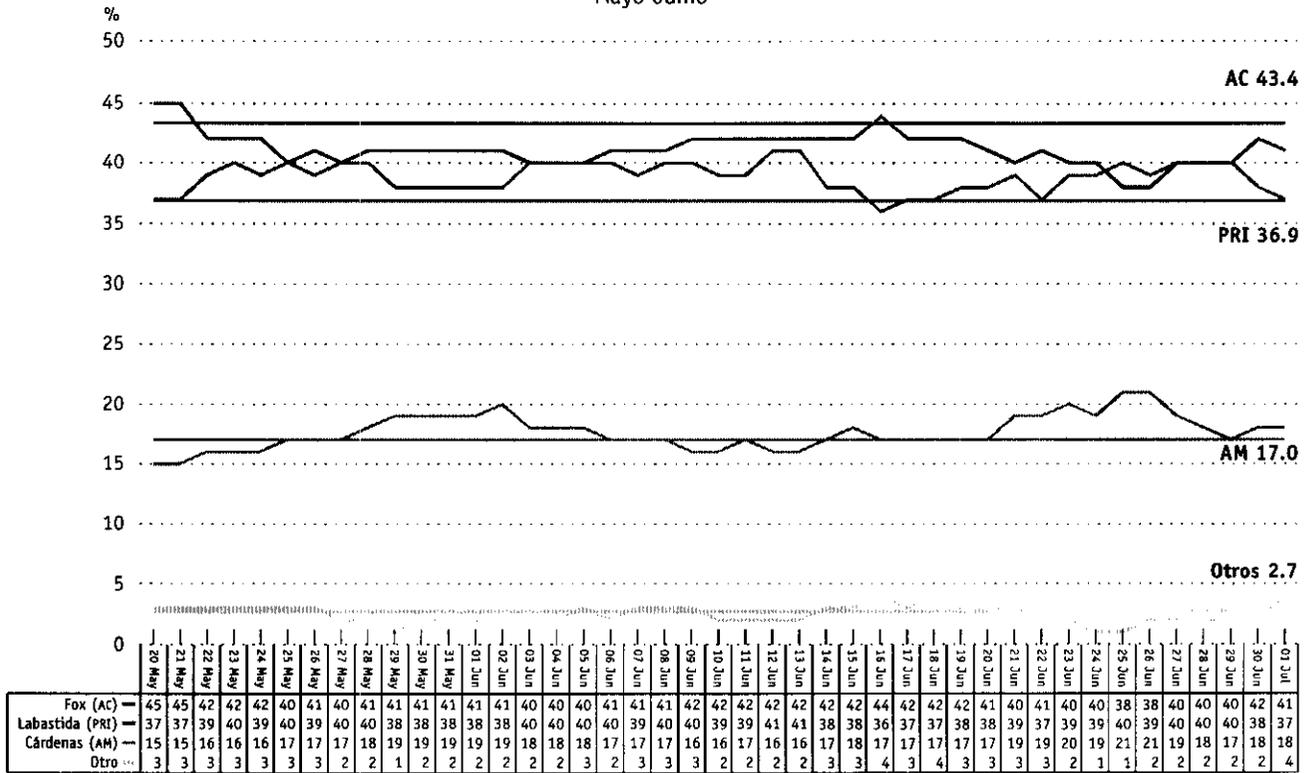
Si esta hipótesis fuera correcta, la del flujo masivo de indecisos a las urnas, tendríamos realmente pendientes contrapuestas entre PRI y PAN, pero en este caso tenemos exactamente las mismas pendientes. Tenemos la misma trayectoria, un poco más pronunciada con el PRI. Entonces, en realidad, sí hubo flujo masivo de indecisos, se repartió más o menos, proporcionalmente, hacia los dos principales candidatos. Si acaso, ligeramente más para Fox, pero eso no podría explicar el error final de las encuestas. Es decir, esa explicación yo la desecharía por completo (Ver Gráfica 9).

La última cosa que quiero ver es la de los modelos. Ligeramente mejor la estimación de los modelos. Nosotros tampoco tuvimos un grave efecto, pero sí, la brecha es un poco mejor. El modelo de electores probables, de nosotros, sí estimó como 67 ó 70 por ciento, pero ni siquiera es un modelo realmente. Es, más bien, un filtro nada más (Ver Gráficas 11 y 12).

Mejora la estimación, pero mínimamente, pero sí mejora la brecha. Entonces, tenía una gran ventaja la última, la del modelo, que era una curva bastante más estable que la otra. Era bastante, bastante más estable. Por lo menos, si no mide a los electores probables, mide a las personas que están siguiendo con más intensidad la elección, y ese grupo era bastante más estable a lo largo de la gráfica. Y también el cambio de preferencias viene desde abril, en ese grupo, con bastante estabilidad, como el modelo que había presentado Alejandro Moreno.

Yo diría que no estamos en un terreno óptimo ni en un mundo óptimo. El hecho de que las encuestas privadas, como hubo muchas, fueran más precisas que las de los medios; que las encuestas de un partido político fueran más precisas que las de los medios, no creo que ese sea el mundo óptimo para las encuestas en este momento. Yo creo que lo que tenemos es revisar bien lo que pasó, y lo importante era, realmente, que los medios acertaran pues, en realidad, todo lo demás no tiene tanta importancia. ■

GRÁFICA 11
PREFERENCIA ELECTORAL DIARIA Y RESULTADO FINAL DE LA ELECCIÓN
Total de entrevistados
Mayo-Junio



GRÁFICA 12
PREFERENCIA ELECTORAL DIARIA Y RESULTADO FINAL DE LA ELECCIÓN
Votantes probables
Mayo-Junio

