

ENCUESTAS ELECTORALES Y PRENSA ESCRITA EN LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE 2012

Electoral polls and the press in the presidential election of 2012

Citlali Villafranco Robles¹
Lucía Ascención Altamirano²

Fecha de recepción: 18 de enero de 2016.
Fecha de aceptación de versión final: 4 de agosto de 2016.

RESUMEN: Este trabajo argumenta que las encuestas electorales son un importante factor de la competencia electoral y contribuyen a dar confianza en los resultados electorales. A partir de este argumento examinamos las encuestas que la prensa escrita contrató con empresas especializadas y luego publicó sobre las preferencias electorales en la elección presidencial mexicana de 2012, cuestionando ¿qué tanto acertaron en la predicción de los resultados? Nuestra respuesta es que las encuestas realizadas y publicadas por la prensa escrita acertaron en la predicción del candidato ganador, pero fallaron en la predicción del peso electoral que correspondió tanto al ganador como a los otros candidatos que participaron en la elección. Para construir esta respuesta hicimos un seguimiento de los resultados de las encuestas realizadas y publicadas en tres diarios de circulación nacional durante los 90 días de la campaña electoral, es decir, del 30 de marzo al 27 de junio de 2012. Sostenemos que es necesario que en futuros procesos electorales se aumenten los niveles de predictividad, no sólo respecto del candidato ganador, también de la distribución de las preferencias electorales de los ciudadanos.

Palabras clave: preferencia electoral, encuesta, elección, candidatos.

-
- 1 Profesora-Investigadora de tiempo completo de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Correo electrónico: villafrancoc@gmail.com.
 - 2 Licenciada en Ciencia Política y Administración Urbana por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Correo electrónico: lucia.ascencion@yahoo.com.mx.

Revista Mexicana de Estudios Electorales. Número 17, primer semestre de 2017 (enero-junio): 39-64, ISSN: 2448-8283.

ABSTRACT: This paper is based upon the argument that the electoral polls are an important element in the electoral competence and contributes to the confidence of the electoral results. Based on this argument we examine the polls that the press hired and published with specialized enterprises in the 2012 presidential election. We establish two questions: Did the polls predict the winner of that competition? And how close the polls were respect the numbers of the different candidates in the election? Our answer is that the polls did predict the winner, but failed in the prediction on the relative importance of each candidate. In our research, we followed the polls made and published in three national journals during the 90 days of the campaign, from march 30 to june 27 of 2012. We think that have the polls to improve their predictability of the electoral preferences of the citizens, particularly the distance between the candidates.

Keywords: Electoral preferences, Surveys, Election, Candidates.

En este trabajo partimos de la siguiente pregunta: las encuestas que la prensa escrita contrató con empresas especializadas y luego publicó sobre las preferencias electorales en la elección presidencial de 2012 ¿qué tanto acertaron en la predicción de los resultados? Nuestra respuesta es que las encuestas realizadas y publicadas por la prensa escrita acertaron en la predicción del candidato ganador, pero fallaron en la predicción del peso electoral³ que correspondió tanto al ganador como a los otros candidatos que participaron en la elección. Sostenemos que esta diferencia pudiera explicarse por la distribución que hicieron las casas encuestadoras de los ciudadanos que se declararon como indecisos.

Para presentar las razones que nos permiten sostener esto hicimos un seguimiento de los resultados de las encuestas realizadas y publicadas en los diarios de circulación nacional⁴ durante los 90 días de la campaña electoral, es decir del 30 de marzo al 27 de junio de 2012 y que pretendían predecir los resultados de las elecciones presidenciales que se realizaron el 1º de julio de 2012. Para el

3 Nos referimos al número y porcentaje de votos que cada una de los partidos o coaliciones obtuvieron en la elección presidencial de 2012.

4 De acuerdo con una encuesta realizada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), en conjunto con la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), los periódicos en México tienen pocos lectores. Ello se evidencia con la respuesta a la pregunta: ¿Qué prefiere leer usted? El 28.1% de los hombres entrevistados respondieron periódicos, en tanto que sólo leen periódicos un 10.1% de las mujeres entrevistadas. Pese a este muy bajo nivel de lectores, las encuestas de opinión publicadas en los periódicos cobran relevancia pues fijan la agenda pública y; los resultados de las encuestas electorales se reproducen en los noticieros de radio y televisión, multiplicando el impacto de su difusión más allá de los lectores directos.

desarrollo de la investigación seleccionamos tres periódicos:⁵ *Milenio* que realizó las encuestas con la colaboración de la empresa GEA-ISA y fue el único medio de comunicación impresa que publicó encuestas los 90 días consecutivos de campaña electoral, *El Universal* que publicó las encuestas realizadas por *Buendía & Laredo* y *The Dallas Morning*; y *Reforma*, que realizó sus propias encuestas.

Para hacer comparables los resultados de estas tres fuentes⁶ nos centramos en una única pregunta entre las que se realizaron a los ciudadanos al momento de los levantamientos: “Si el día de hoy se llevarán a cabo las elecciones para Presidente de la República, ¿por quién votaría?” Para el análisis de la información metodológica incluimos la siguiente información: fecha del levantamiento, número de ciudadanos entrevistados, preferencia electoral por candidato presidencial: Enrique Peña Nieto, candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), en la coalición *Compromiso por México*; Josefina Vázquez Mota, candidata del Partido Acción Nacional (PAN); Andrés Manuel López Obrador, candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y Movimiento Ciudadano (MC), en la coalición *Movimiento Progresista*; y, finalmente, Gabriel Quadri de la Torre quien representó al partido *Nueva Alianza*.

El trabajo se presenta de la siguiente manera: en el apartado I nos ocupamos de discutir los resultados generales de las distintas mediciones comparadas con los resultados oficiales obtenidos en la votación, el apartado II examinan los resultados diarios de las mediciones para cada candidato, publicadas por *Milenio* y los compara contra nuestras propias estimaciones que distribuyen a los votantes indecisos, proponiendo una explicación de las diferencias; el apartado III presenta los resultados de las encuestas publicadas en *El Universal* y *Reforma*; finalmente en el IV se hace una discusión más amplia sobre las encuestas y su lugar en los procesos electorales.

5 La selección de estos tres medios de comunicación obedeció a dos factores, primero que se trata de publicaciones de circulación nacional, mismo ámbito en el que se realizó la elección presidencial; segundo, responde a que estos tres medios realizaron sus propias encuestas sobre las tendencias electorales o bien que, contrataron a una empresa para que hiciera estas encuestas. Los tres produjeron su propia información y a diferencia de otras fuentes impresas, no se limitaron a reproducir la información publicada por otros.

6 *Milenio* publicó las encuestas realizadas por GEA-ISA, que siempre encuestó a 1,152 ciudadanos, cara a cara en diversos puntos de la República Mexicana, con un cuestionario semejante a la boleta que utilizaría el Instituto Federal Electoral (IFE) el día de las elecciones. El margen de error era de +/- 3% con un 95% de confianza. *El Universal*, publicó las encuestas realizadas por *Buendía & Laredo* y *The Dallas Morning*, sus encuestas se realizaron entre 1,000 y 1,250 encuestados. Considerando un nivel de confianza de 95%, con un margen de error de +/- 2.7%. La aplicación se llevó a cabo por medio de un cuestionario estructurado en papel. Finalmente, *Reforma*, realizó sus propias encuestas, utilizó una boleta que incluía los logotipos de los partidos políticos, al contestar la pregunta, se tenía que depositar la boleta doblada en una urna o mochila que llevaba cada encuestador.

Desde el primero y hasta el último día de la campaña electoral los tres medios analizados coincidieron en señalar como candidato ganador a Peña Nieto. Sin embargo realizaron una sobreestimación del porcentaje de votación que obtendría.⁷ La diferencia entre el resultado observado y el estimado se encuentra dentro del margen de error con el que trabajó *Reforma*; en el caso de *Milenio* lo publicado rebasó ampliamente el margen de error de la encuesta; y en el caso de *El Universal* se rompió el margen de error para los candidatos del Movimiento Progresista y del PAN. En la tabla que sigue, se presentan la última encuesta aplicada y publicada el 27 de junio de 2012 y se comparan con los resultados de la elección.

TABLA I. TRES ÚLTIMAS ENCUESTAS PUBLICADAS
Y RESULTADOS OFICIALES DEL IFE

Partido o coalición	Encuesta de <i>Milenio</i>	Encuesta de <i>El Universal</i>	Encuesta de <i>Reforma</i>	Resultado oficial del IFE
Compromiso por México (PRI-PVEM)	46.9%	41.2%	41%	38.6%
Movimiento Progresista (PRD-PT, Movimiento Ciudadano)	28.5%	23.8%	31%	31.9%
PAN	22.4%	20.6%	24%	26.3%
NUEVA ALIANZA	2.2%	2%	4%	2.5%

Fuente: Los datos fueron extraídos de la última publicación de cada uno de los periódicos y de los resultados oficiales emitidos por el IFE.

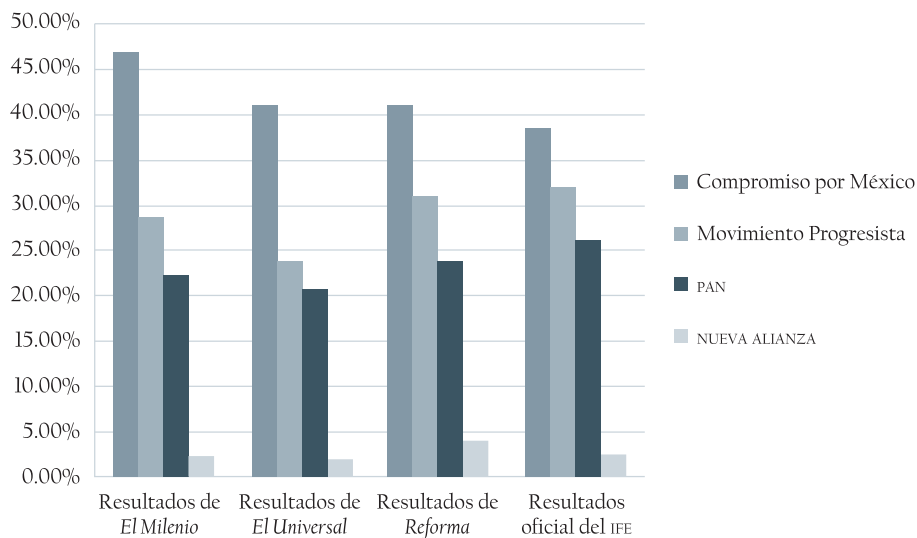
Milenio sobreestimó el porcentaje de votación favorable a Enrique Peña Nieto en más de 8%, mientras que *El Universal* lo sobreestimó en 2.6% y el *Reforma* lo sobreestimó en 2.4%. Es evidente que al sobreestimar los resultados para un candidato, se subestiman los de los otros; *Milenio* y *El Universal* lo hicieron a costa de los candidatos que ocuparon el segundo y tercer lugar en las preferencias. *Milenio* subestimó la preferencia electoral a favor de López Obrador en 3.4%, mientras que *El Universal* lo subestimó en 8%. Lo mismo ocurrió con Josefina Vázquez Mota quien ocupó el tercer lugar en las preferencias: en

⁷ Sobre las dificultades y opciones metodológicas para medir las preferencias electorales véase De la Peña (2015).

la última encuesta de *Milenio* fue subestimada en casi 4%, mientras que en *El Universal* fue subestimada cerca de 6% y en el *Reforma* en un 2.3%. En el siguiente gráfico se ilustran estas variaciones.

De los tres periódicos analizados, el *Reforma* presentó resultados más cercanos a los oficiales y dentro del margen de error, de modo que puede decirse que su estimación fue acertada. En contraste, *Milenio* se alejó considerablemente de los resultados oficiales sobreestimando el porcentaje de votación favorable a Enrique Peña Nieto y subestimando al segundo y tercer lugar. En *El Universal*, aunque el porcentaje de votación favorable a Peña Nieto estuvo dentro del margen de error resulta notable la subestimación de la segunda fuerza electoral.

GRÁFICA I. ÚLTIMOS RESULTADOS DE TRES ENCUESTAS
Y RESULTADOS OFICIALES DEL IFE



Fuente: Los datos fueron extraídos de los últimos resultados publicados en los periódicos y de los porcentajes oficiales que el IFE registró.

I

Como se observa, *Milenio* publicó los datos más alejados de los resultados oficiales.⁸ Esta variación puede explicarse por la forma en que fueron distribuidos los votantes indecisos a cada uno de los candidatos.⁹ La diferencia entre las encuestas de *Milenio* publicadas en su primera plana y los resultados oficiales se explica porque no asignó correctamente a los votantes indecisos. Para demostrarlo, distribuimos a los votantes indecisos entre los candidatos de manera estrictamente proporcional a las preferencias expresadas por los encuestados. Para ejemplificar este procedimiento utilizamos los resultados del 3 de abril.

TABLA 2. COMPARATIVO DE RESULTADOS *MILENIO*-CÁLCULO PROPIO

Resultados sin indefinidos	Resultados con indefinidos	Resultados de nuestro cálculo
EPN 50%	EPN 27.6%	EPN 34.9%
JVM 30%	JVM 21.2%	JVM 26.8%
AMLO 20%	AMLO 21.8%	AMLO 27.5%
	Indefinidos 29.5%	

Fuente: Elaboración y cálculo propio.

La diferencia entre los resultados publicados por *Milenio* y los resultados de nuestro cálculo resulta más llamativa, porque durante toda la campaña electoral publicó los resultados de las encuestas en la primera plana del periódico, mencionando los porcentajes de intención del voto obtenidos por cada uno de los candidatos sin considerar a los ciudadanos indefinidos.¹⁰

8 Por supuesto reconocemos que las capacidades predictivas de las encuestas electorales son limitadas, porque “la mayoría de las opiniones recogidas en los sondeos son “a) débiles, b) volátiles, pueden cambiar en pocos días, c) inventadas en ese momento para decir algo, d) sobre todo, producen un efecto reflectante, un rebote de lo que sostienen los medios de comunicación, y por lo tanto, existe un problema de fácil manipulación de los sondeos” (Sartori, 1998: 76).

9 Si bien las capacidades predictivas de las encuestas reflejan las preferencias del momento en el que se aplican, también es cierto que existe una relación entre los periódicos (como medios de comunicación) y las elecciones, ya que son una fuente importante para informar a los lectores sobre la tendencia en la que se supone votará un grupo determinado de ciudadanos. Según, De Fleur y Ball-Rokeach, los medios de comunicación siempre han sido escenario de debate público, reivindicación partidista y comentarios políticos (2001: 78).

10 Es importante mencionar que los resultados que consideraban a los indecisos los publicó en las páginas internas.

II

La metodología de *Milenio*/GEA-ISA, que expresamente difundió como la utilizada en sus encuestas, destaca que siempre realizó la pregunta de: “Sí en este momento se celebraran las elecciones para la Presidencia de la República ¿por quién votaría?” En cada ejercicio se encuestó a 1,152 ciudadanos, cara a cara, en diversos puntos de la República Mexicana, con un cuestionario semejante a la boleta que utilizaría el IFE el día de las elecciones. Informó que el margen de error era de +/-3% con un 95% de confianza.¹¹

Para dar un panorama completo de lo que sucedió con las encuestas publicadas, en las siguientes tablas se presenta, para cada uno de los meses de campaña, la diferencia entre los resultados que se publicaron en la primera página de *Milenio* para Peña Nieto, López Obrador, Vázquez Mota y Quadri,¹² contrastándolos con la asignación que consideramos debió hacerse de los encuestados que se declararon indecisos.

11 Los informes que GEA/ISA entregó al IFE no cumplieron con lo que se estableció en el Acuerdo General del IFE, punto séptimo y Código Federal de Procedimientos Electorales (Cofipe) artículo 237, numeral 5, ya que sólo entregó informes semanales y en algunos casos dos veces por semana (IFE, 2012: s/d). No hay 90 informes en relación con las 90 encuestas, como mandata el Acuerdo General. La información que proporcionaron, no es específica para cada una de las encuestas realizadas y, por ejemplo, la fecha del informe no señala la fecha de publicación de los resultados en *Milenio*. Además, a diferencia de otras casas encuestadoras, en los informes que *Milenio*-GEA/ISA entregó al IFE no se anexaron ejemplares o copias de cómo se publicaron los resultados.

12 En el caso de los resultados de las encuestas para este candidato *Milenio* no las publicó separadamente, de modo que nosotros hicimos los cálculos.

TABLA 3. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE ABRIL PUBLICADOS EN
MILENIO PARA LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES EN 2012

Fecha de publicación	Resultados de Enrique Peña Nieto	Nuestro resultado para EPN	Resultados de Josefina Vázquez Mota	Nuestro resultado para JVM	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	Nuestro resultado para AMLO	Resultados de Gabriel Quadri de la Torre	Nuestros Resultados para CQR	Entrevistados Indefinidos
30 de marzo	47	46.82	33	32.88	20	20.00	0.3	0.30	34
1 de abril	51	50.3	31	30.88	18	17.35		1.47	32
3 de abril	50	39.72	30	30.07	20	30.92	0.7	-0.71	29.5
7 de abril	49	48.75	29	29.29	21	21.50	0.6	0.46	24.2
9 de abril	52	53.35	28	27.53	19	18.12	1	1.00	29.9
10 de abril	52	51.84	26	25.85	21	20.68	1.7	1.63	26.5
11 de abril	53	53.25	24	23.90	22	21.91	1	0.93	24.7
12 de abril	52	51.81	25	24.63	23	22.49	1.1	1.07	25.3
13 de abril	53	52.81	25	25.27	22	21.66	0.8	0.27	24.8
14 de abril	53	52.93	27	18.93	19	26.80	1.1	1.33	25.2
15 de abril	52	52.71	28	28.40	19	19.55	1	-0.66	23
16 de abril	52	52.63	29	28.72	18	18.19	1.3	0.45	22.4
17 de abril	53	52.98	27	27.55	18	18.54	1.8	0.93	23.9
18 de abril	55	55.23	24	23.99	19	19.17	2	1.61	25.1

Citlali Villafranco Robles y Lucía Ascención Altamirano
Encuestas electorales y prensa escrita en la elección presidencial de 2012

Fecha de publicación	Resultados de Enrique Peña Nieto	Nuestro resultado para EPN	Resultados de Josefina Vázquez Mota	Nuestro resultado para JM	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	Nuestros resultados para AMLO	Resultados de Gabriel Quadri de la Torre	Nuestros Resultados para CQ	Entrevistados Indefinidos
19 de abril	54	53.88	24	23.66	21	21.52	1.6	0.94	24.7
20 de abril	53	50.90	23	23.13	25	24.94	1.3	1.03	22.4
21 de abril	46	47.98	28	25.95	25	25.29	1.1	0.78	23
22 de abril	48	45.88	28	27.71	23	25.36	1.2	1.05	23.4
23 de abril	49	48.04	28	28.40	23	22.51	0.9	1.05	23.5
24 de abril	59	48.37	26	27.70	22	22.63	1.6	1.30	23.4
25 de abril	49	50.00	26	26.05	23	22.25	2.2	1.70	23.7
26 de abril	49	49.20	25	25.53	24	23.26	2.3	2.01	25
27 de abril	50	48.57	25	25.06	23	24.81	1.9	1.56	23.4
28 de abril	52	50.34	25	25.51	21	22.81	1.7	1.35	
29 de abril	54	52.24	26	25.31	18	21.22	2.3	1.22	6.2

Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas realizadas por GEA-ISA publicadas en Milenio en marzo y abril de 2012 y de nuestro cálculo.

Recuérdese que la campaña electoral inició formalmente el 30 de marzo de 2012. Ese día se publicaron las primeras mediciones de intención del voto de los ciudadanos. La información en *Milenio* se presentó de la siguiente manera: 47% respondió que votaría por Enrique Peña Nieto; el segundo lugar, fue ocupado por Josefina Vázquez Mota con 33% en intención de voto; el tercer lugar lo ocupó Andrés Manuel López Obrador con el 20%; y, en último lugar, Gabriel Quadri, con 0.3% (*Milenio/GEA-ISA*, 30 de marzo de 2012: 4). Esas cifras mostraban que al inicio de la campaña electoral existía una diferencia de 14% entre el primero y el segundo lugar. Cuando a esta misma encuesta se incluye a los ciudadanos indefinidos, los resultados son los siguientes: Enrique Peña Nieto, 30.9%; Josefina Vázquez Mota, 21.7%; Andrés Manuel López Obrador, 13.2%; y los indefinidos fueron 34.0%. Con estas cifras la diferencia entre el primer y segundo lugar fue significativamente menor, 9.2%. Este era el dato duro. Sin embargo, *Milenio* presentó como central la diferencia de 14% al empezar la contienda electoral. El procedimiento, pese a todo, es estadísticamente válido ya que se distribuyeron ponderando proporcionalmente los electores indecisos.

El segundo día de campaña electoral, el primero de abril de 2012, *Milenio* publicó que Enrique Peña Nieto había obtenido un 51% en la preferencia ciudadana. Este resultado no contemplaba a los indefinidos. En nuestro cálculo Peña Nieto debió obtener 50.3%, es decir, *Milenio* y GEA-ISA redondearon favoreciendo al priista. Un dato interesante de la encuesta de este segundo día es que los indecisos se redujeron 2%. El primer dato modificado aparece el 3 de abril. El resultado de la encuesta indicó que Peña Nieto cayó 6%, al tiempo que los indecisos seguían reduciéndose al pasar del 32 al 29.5%. Al distribuir a estos indecisos *Milenio* subió a Peña Nieto a un 50% de las preferencias, cuando sólo alcanzó el 40%, es decir, indebidamente le aumentó 10%. De este modo, cuando la nota debió ser Peña Nieto cayó en las preferencias 6%, *Milenio* publicó que Peña se mantenía con el 50% de las preferencias.

Del 7 al 19 de abril, *Milenio* distribuyó adecuadamente a los indecisos. En todos esos días publicaron que el candidato del PRI iba adelante, manteniendo un 50% de las preferencias. El 20 de abril modificó en un punto porcentual el resultado proporcionalmente correcto, publicando que las preferencias para el priista eran del 53%, cuando en realidad fueron del 50.9%. Repitió este procedimiento los días 22, 27, 28 y 29, en los que aumentó un punto porcentual a Peña Nieto. El 24 de abril hizo una ponderación favorable para el candidato de la alianza PRI-Verde, ya que en lugar de publicar que sin

indecisos Peña Nieto tenía una expectativa de voto del 48.4% señaló que había llegado al 59%.

Evidentemente, si se distribuyen desproporcionadamente los votos de los indecisos a uno de los candidatos a los otros se quita respaldo electoral. Así ocurrió el 3 de abril: debió publicarse que López Obrador, sin indecisos, contaba con el 31% de las preferencias y *Milenio* indicó que tenía el 20%. Una quita que no tiene explicación de 11%. Ese mismo día a Vázquez Mota le publicó justo lo que le correspondía: 30%. De modo que el 3 de abril la operación fue aumentar al priista y reducir en medida similar al entonces perredista. El 14, 22, 27 y 29 de abril *Milenio* redujo el respaldo electoral de López Obrador entre 3 y 7%. Vázquez Mota fue beneficiada con 8% de más el 14 de abril y con 2% el 21. El 24 de abril, día en que le aumentaron a Peña Nieto 10% a Vázquez Mota le quitaron 20%.

En mayo, el segundo mes de la campaña electoral, los resultados de las encuestas realizadas por GEA/ISA, publicados en la primera plana de *Milenio*, a favor de Enrique Peña Nieto, Andrés Manuel López Obrador, Josefina Vázquez Mota y Gabriel Quadri,¹³ al ser contrastados con la asignación que debió hacerse de los encuestados que se declararon indecisos, muestran cambios sustanciales (tabla 4).

En mayo las estadísticas seguían favoreciendo al candidato Peña Nieto. En abril, de acuerdo con *Milenio*, obtenía más del 50% de la intención del voto. En ese mes, solamente en 6 días su porcentaje sin indecisos fue menor al 50%, aunque estuvo muy cerca de ese resultado. Esto cambió en el mes de mayo, cuando la intención de voto a su favor nunca llegó al 50%. Solamente 2 días del mes logró preferencias de 49%. En los resultados publicados por *Milenio* sin indecisos su respaldo electoral se situó el 45% que, por supuesto, seguía siendo alto, pero que revelaba una reducción de sus preferencias. En mayo la operación numérica a favor de Peña Nieto fue más discreta, ya que solo en 3 días *Milenio* publicó resultados sobreestimados, aunque en menor grado que lo registrado en abril. Para López Obrador, los resultados publicados sin indecisos se apegaron a una distribución proporcional la mayor parte de los días.

13 En este segundo mes de campaña la encuesta de GEA/ISA sí tomó en cuenta a Gabriel Quadri en la medición de las preferencias ciudadanas.

TABLA 4. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE MAYO PUBLICADOS EN MILENIO
PARA LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES EN 2012

Fecha de publicación	Resultados de Enrique Peña Nieto	Nuestro resultado para EPN	Resultados de Josefina Vázquez Mota	Nuestros resultados para JYM	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	Nuestros resultados para AMLO	Resultados de Gabriel Quadri de la Torre	Nuestros Resultados para GQT	Entrevistados Indefinidos
4 de mayo	49	45.72	27	27.74	22	25.45	1.2	1.09	17.9
5 de mayo	45	43.02	28	31.98	25	23.73	1.4	1.27	21.2
7 de mayo	47	45.15	27	29.76	24	23.33	1.9	1.77	20.7
9 de mayo	45	45.01	25	25.69	25	24.56	4.7	4.74	19.8
10 de mayo	46	45.92	24	23.98	25	24.87	5.2	5.23	21.6
11 de mayo	47	46.57	24	23.47	24	24.22	5.8	5.74	19.9
12 de mayo	45	45.38	25	24.87	25	25.00	4.7	4.74	22
13 de mayo	44	43.96	25	24.90	25	25.03	6	6.10	21.3
14 de mayo	45.1	44.50	24.3	26.21	23.6	23.36	6	5.93	20.2
15 de mayo	45.6	46.60	25.3	23.55	22.5	23.05	6.6	6.80	20.6
16 de mayo	45.6	47.30	24.9	22.01	23.4	24.28	6.1	6.42	20.5
18 de mayo	44.6	45.56	24.6	22.90	24.2	24.78	6.6	6.76	20.1
19 de mayo	44.5	45.56	25.1	25.03	23.4	23.40	6	6.01	20.1

Citlali Villafranco Robles y Lucía Ascención Altamirano
Encuestas electorales y prensa escrita en la elección presidencial de 2012

Fecha de publicación	Resultados de Enrique Peña Nieto	Nuestro resultado para EPN	Resultados de Josefina Vázquez Mota	Nuestros resultados para JYM	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	Nuestros resultados para AMLO	Resultados de Gabriel Quadri de la Torre	Nuestros Resultados para GQT	Entrevistas Indefinidos
20 de mayo	47.6	47.53	25.6	25.73	21.7	21.80	6	4.94	21.1
21 de mayo	47.6	48.29	26	24.91	21.2	21.49	5.2	5.31	20.9
22 de mayo	49.2	50.25	24.8	23.06	20.7	21.18	5.3	5.51	20.2
23 de mayo	46.8	47.58	23.6	22.30	24.3	24.78	5.3	5.33	19.3
24 de mayo	46.1	46.63	24.4	23.44	25	25.31	4.5	4.61	19.8
25 de mayo	44.9	45.22	24.8	25.48	26.2		4.1	4.33	21.7
26 de mayo	45.9	Sin dato	24.9	Sin dato	24.7	24.97	4.5	Sin dato	Sin dato
28 de mayo	45.9	Sin dato	24.3	Sin dato	24.9	Sin dato	4.9	Sin dato	Sin dato
29 de mayo	45.1	45.08	25.5	25.54	25.1	Sin dato	4.3	4.34	21.7
30 de mayo	43.8	43.48	25.6	25.83	27	25.03	3.6	3.58	21.3
31 de mayo	42.8	42.91	26.2	26.16	27.4	27.11	3.6	3.61	22.4

Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas realizadas por GEA-ISA publicadas en Milenio en marzo y abril de 2012 y de nuestro cálculo.

El 4 de mayo fue la excepción cuando se le quitó 3% ya que debiendo haberse publicado un respaldo del 25.4% de las preferencias se publicó un 22%. El dato importante este 4 de mayo fue que *Milenio* registró una diferencia entre el primero y el segundo lugar, Peña Nieto-Vázquez Mota, de 22% y respecto al tercer lugar, López Obrador, de 27%.

El 6 de mayo se realizó el primer debate presidencial. El 7 de mayo se publicaron resultados de diversas encuestas realizadas por GEA-ISA y *Milenio*, que se llevaron a cabo antes del debate (del 4 al 6 de mayo de 2012). En este medio se señaló que votarían por Peña Nieto, el 47%; por Josefina Vázquez, 27%; Andrés Manuel López Obrador, 24% y por Gabriel Quadri, 1.9%, (*Milenio/GEA-ISA*, 7 de mayo de 2012: 11). En nuestras tablas se observa que en los 3 días *Milenio* aumentó los resultados reales a favor de Peña Nieto, reduciendo los que correspondían a Vázquez Mota y López Obrador. Los aumentos fueron de entre 2 y 3% a favor de Peña y entre 1 y 3% menos para Vázquez y López Obrador.

El 10 de mayo, en *Milenio* presentaron resultados de la encuesta realizada del 6 al 9 de mayo de 2012. Este levantamiento se llevó a cabo durante el primer debate presidencial, dando como resultados: para Enrique Peña Nieto, 46%; Josefina Vázquez Mota, 24%; y para Andrés Manuel López Obrador, 25% (*Milenio/GEA-ISA*, 11 de mayo de 2012: 11). Al realizar la operación para contemplar a los indecisos se observa que los resultados fueron: Enrique Peña Nieto, 37.3%; Josefina Vázquez Mota, 18.8%; Andrés Manuel López Obrador, 19.4%; Gabriel Quadri, 4.6%, e indefinidos 19.9%. Los datos a resaltar eran que López Obrador ya superaba a Josefina Vázquez Mota y el crecimiento de Quadri, por su destacada participación en el debate.

En la encuesta publicada el 12 de mayo de 2012 en la portada de *Milenio*, se destacó que Enrique Peña Nieto seguía al frente de las preferencias electorales con 45%. El primer lugar estaba fuera de duda, se consideraba que la lucha era por el segundo lugar que se disputaron Josefina Vázquez Mota y Andrés Manuel López Obrador, ya que ambos obtuvieron este día 25% de las preferencias (*Milenio/GEA-ISA*, 12 de mayo de 2012: 11). El 22 de mayo las cosas cambiaron pues, nuevamente se abrió la distancia entre el primero y segundo lugar, Peña Nieto contaba con 49.2% de aceptación ciudadana; en tanto, Josefina Vázquez, que regresó a la segunda posición, logró 24.8%, López Obrador, 20.7% y Gabriel Quadri, 5.3% (*Milenio/GEA-ISA*, 22 de mayo de 2012: 10). El candidato del PRI casi recuperaba el 50% de las preferencias

ciudadanas mientras que sus competidores se alternaban en el segundo lugar distante 24% del primero.

Esta inestabilidad en el segundo lugar se expresó nuevamente en lo publicado el 23 de mayo, cuando, nuevamente se registró un cambio en el segundo lugar. El levantamiento de esta encuesta se realizó del 20 al 22 de mayo, los resultados fueron: Enrique Peña Nieto; 46.8%; Andrés Manuel López Obrador; 24.3%, Josefina Vázquez Mota; 23.6% y Gabriel Quadri 5.3% (*Milenio/GEA-ISA*, (22 de mayo de 2012: 5). En esta encuesta, la intención del voto a favor de Peña Nieto descendió pero lo hizo más para Josefina Vázquez quien se ubicó en el tercer lugar de las preferencias, mientras que Andrés Manuel ascendía a la segunda posición aunque lejos de la primera.

El 30 de mayo Peña Nieto obtuvo una de las puntuaciones más bajas durante la campaña electoral, con los siguientes resultados: Enrique Peña Nieto, 42.8%; Andrés Manuel López Obrador, 27.4%; Josefina Vázquez Mota, 26.2% y Gabriel Quadri de la Torre, 3.6% (*Milenio/GEA-ISA*, 30 de mayo de 2012: 11). La diferencia en las intenciones de voto cuando se integra a los votantes indecisos resultaron más llamativas: el candidato del PRI-PVEM, siguió teniendo en el primer sitio pero con una intención del voto del 34%, la candidata del PAN, 20.2%, el candidato del PRD, 21.2%, el de Nueva Alianza, 2.8%, e indefinidos, 21.3%. Al parecer se expresó con claridad el impacto de los sucesos de la Universidad Iberoamericana que generaron el movimiento *Yo soy 132*.

La estrategia de comunicación implementada por *Milenio* se mantuvo en junio, último mes de la campaña electoral. Durante estos 30 días se siguieron publicando los resultados de la encuesta electoral sin ponderar la preferencia de los votantes indecisos. En las tablas que siguen se presentan los resultados de las encuestas de *Milenio* comparados con los nuestros para los 4 candidatos.

Tabla 5. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DE JUNIO PUBLICADOS EN MILENIO PARA LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES EN 2012

Fecha de publicación	Resultados de Enrique Peña Nieto	Nuestro resultado para EPN	Resultados de Josefina Vázquez Mota	Nuestros resultados para JVM	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	Nuestros resultados para AMLO	Resultados de Gabriel Quadri de la Torre	Nuestros Resultados para GQT	Entrevistados Indefinidos
1 de junio	44	44.03	27.3	25.00	25	27.32	3.7	3.73	19.6
3 de junio	46.1	47.10	24.6	25.28	24.1	27.24	3.4	2.22	19.1
7 de junio	46.4	47.07	27.6	23.47	22.8	25.40	3.2	2.37	19.9
8 de junio	44.8	46.58	28.9	23.67	22.8	27.09	3.5	2.66	21
10 de junio	44.5	44.93	28.1	25.27	24.3	27.09	3.1	2.20	18.1
11 de junio	44.1	44.04	27	26.29	26.3	27.59	2.6	2.57	14.4
12 de junio	43.3	44.76	28	24.97	25.7	27.10	3	2.36	15.1
17 de junio	44.4	44.38	27.1	26.04	26	27.92	2.5	2.49	15.5

Fecha de publicación	Resultados de Enrique Peña Nieto	Nuestro resultado para EPN	Resultados de Josefina Vázquez Mota	Nuestros resultados para JVM	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	Nuestros resultados para AMLO	Resultados de Gabriel Quadri de la Torre	Nuestros resultados para GQT	Entrevistados Indefinidos
18 de junio	45.7	45.78	25.1	26.01	26	27.10	3.2	3.12	13.5
19 de junio	45.9	43.80	26.5	27.63	24.9	25.09	2.7	1.89	15.3
20 de junio	45.3	44.87	26.8	26.92	25	26.68	2.9	1.63	16.9
21 de junio	46.4	46.39	27.2	23.66	23.7	26.57	2.7	2.80	14.2
23 de junio	45.2	43.85	26.8	27.00	25.1	27.16	2.9	2.03	16.3
24 de junio	44.8	44.80	26.7	25.85	25.8	27.12	2.7	2.69	14.5
25 de junio	45.5	45.59	26.9	24.79	24.8	26.67	2.8	2.70	14.9
26 de junio	46.7	45.12	28.1	25.00	22.6	26.91	2.6	1.86	14.9
27 de junio	46.9	Sin dato	28.5	Sin dato	22.4	28.02	2.2	Sin dato	Sin dato

Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas realizadas por GEA-ISA publicadas en Milenio en marzo y abril de 2012 y de nuestro cálculo.

En el último mes de la campaña electoral, el 3 de junio *Milenio* publicó en la primera plana que los ciudadanos contestaron favoreciendo a Peña Nieto con 46.1%; a Andrés Manuel López Obrador, 24.1%, a Josefina Vázquez, 24.6%; y Gabriel Quadri, 3.4% (*Milenio/GEA-ISA*, 3 de junio de 2012: 4). Esta información distribuía a los votantes indecisos de forma desproporcionada: Peña Nieto, en nuestro cálculo que distribuye a los indecisos proporcionalmente tenía 44.6% y *Milenio* publicó 46.1%; López Obrador para nosotros debió tener 26% y *Milenio* le asignó 24.1%; Vázquez Mota en nuestro cálculo alcanzaba 25.8% y le publicaron 24.6%, con Quadri pasaron de 2.2% a 3.4%. La imagen transmitida por *Milenio* aumentó la tendencia favorable a Peña Nieto y Quadri, reduciendo a los dos opositores más fuertes. Lo llamativo era el empate entre los candidatos del PAN y del Movimiento Progresista, que mostraban un respaldo efectivo de 25.8% y 26%, manteniéndose lejanos del primer lugar.

Esta distancia entre el primero y segundo lugar se mantuvo en la encuesta realizada del 9 al 10 de junio. Las preferencias efectivas *Milenio* las distribuyó de la siguiente manera: el primer lugar lo ocupó el candidato del PRI, que contaba con un 44.1% de preferencia; mientras que López Obrador, tenía 26.3%, Josefina Vázquez Mota, con 27%; y finalmente Quadri, con 2.6% (*Milenio/GEA-ISA*, 11 de junio de 2012: 10). Recalculando estos porcentajes para tomar en cuenta a los indecisos encontramos que Peña Nieto, tenía 44.04%; López Obrador, 27.6%; Josefina Vázquez Mota, 26.04%; Gabriel Quadri, 2.6%. Este día *Milenio* distribuyó correctamente los indecisos para Peña Nieto, a López Obrador le redujo 1.3%, a Vázquez Mota le aumentó un punto. El resultado de esta distribución es claro: colocar a Vázquez Mota por arriba de López Obrador. La realidad en los resultados con indecisos era que AMLO superaba a la panista.

El 17 de junio *Milenio* publicó en la primera plana que la ventaja de Peña Nieto era de más de 17%, con una intención de voto de 44.4%, mientras que López Obrador contaba con 26%, la candidata del PAN con 27% y Quadri, con 2.5% (*Milenio/GEA-ISA*, 17 de junio de 2012: 6). En nuestra estimación las preferencias eran: Peña Nieto, 44.4%; López Obrador, 27.9%; Vázquez Mota, 26%, y finalmente Quadri, con 2.5%. Como se aprecia, *Milenio* continuaba subestimando la intención del voto a favor de López Obrador.

Como se observa a Peña se le asignaba 1 o 2%, adicionales a los realmente obtenidos. Esta tendencia se expresó con mayor contundencia el 19 de junio, cuando en la primera plana de *Milenio* se publicó que Peña Nieto tenía una ventaja mayor que la que le correspondía. De acuerdo con nuestro cálculo debió publicarse que su intención de voto era del 43.8% y no del 45.9%. Esta sobreestimación se

obtuvo subestimando 1% el cálculo para el candidato perredista y otro punto restado a la panista.

III

Los resultados de las encuestas que publicaron *El Universal* y *Reforma* no tuvieron la periodicidad diaria de *Milenio*. Sin embargo, fueron de gran importancia ya que las preferencias electorales que mostraban diferían de lo que *Milenio* publicaba. En las tablas que siguen presentamos la información publicada por estos dos medios, con 5 encuestas en el caso de *El Universal* y 4 de *Reforma*. Para estas encuestas no hicimos estimaciones propias ya que ambos medios distribuyeron apropiadamente a los electores que no habían decidido su voto, o bien que manifestaron que no iban a votar.

La primera de estas encuestas la publicó *Reforma* antes de que las campañas dieran inicio, el 28 de marzo. Para este medio al arranque las preferencias efectivas eran de 45% para Peña Nieto, 32% para Vázquez Mota, 22% para AMLO y 1% para Quadri. *Milenio*, con su publicación justo el día del inicio de las campañas, publicó su medición de preferencias: 47% para Peña Nieto, 33% para Vázquez Mota, 20% para AMLO y 0.3% para Quadri. *Milenio* daba 2% más a EPN, uno más a JVM, 2% menos a AMLO y le concedía 1% a Quadri que para *Reforma* apenas pintaba.

En la estimación de las preferencias que corresponden a finales de abril, 23 para *El Universal* y 25 para *Reforma*, comparadas con la publicación de *Milenio* el 25 de abril, los resultados fueron: para EPN de 54.3% según *El Universal*, 42% para *Reforma* y 49% para *Milenio*; el rango de variación de las preferencias era de más de 12%. En el caso de las preferencias para JVM los datos en el mismo orden fueron: 22.9%, 32% y 26%, con un rango de variación de casi 10%. Para AMLO los datos fueron: 21.4%, 22% y 23%, candidato para el que la medición de preferencias variaba menos de 2%. Para Quadri las estimaciones eran casi coincidentes, lo que se explica por su poco peso electoral.

TABLA 6. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS MARZO-JUNIO PUBLICADOS EN
EL UNIVERSAL PARA LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES EN 2012

Fecha de publicación de la encuesta	Enrique Peña Nieto	EPN sin Indefinidos	Josefina Vázquez Mota	JVM sin indefinidos	Resultados de Andrés Manuel López Obrador	AMLO sin indefinidos	Resultado de Gabriel Cuadri de la Torre	Cuadri sin indefinidos	Indefinidos
23 de abril	54.30	41.60	22.90	17.50	21.40	16.40	1.40	1.10	23.4
5 de mayo	49.10	39.20	27.60	22.10	211.90	17.50	1.40	1.00	20.2
14 de mayo	49.60	41.90	21.00	19.40	24.00	20.90	2.00	2.10	15.7
4 de junio	43.80	37.80	26.00	22.40	27.70	23.90	2.50	2.20	13.7
27 de junio	41.20	41.20	20.60	20.60	23.80	23.80	2.00	2.00	12.4

Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas realizadas por Buendía & Laredo y The Dallas Morning publicadas en *El Universal* en marzo-junio de 2012.

TABLA 7. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS MARZO-JUNIO PUBLICADOS
EN REFORMA PARA LOS CANDIDATOS PRESIDENCIALES EN 2012

Fecha	Enrique Peña Nieto	EPN con indefinidos	Josefina Vázquez Mota	JVM con indefinidos	Andrés Manuel López Obrador	AMLO con indefinidos	Gabriel Cuadri	Cuadri con indefinidos	Indefinidos
28-mar	45	36.45	32	25.92	22	17.82	1	0.81	19
25 de abril	42	39.7	29	21.2	27	17.9	2	1.3	19.9
31 de mayo	38	30.87	23	18.7	34	27.6	5	4.1	23
19 de junio	42	35.5	24	20.3	30	24.5	4	3.2	21
27 de junio	41	33.21	24	19.44	31	25.11	4	3.24	19

Fuente: Resultados obtenidos de las encuestas realizadas por *Reforma* y publicadas en el *Reforma* en marzo-junio de 2012.

En mayo *El Universal* publicó dos mediciones, correspondiendo al 5 y al 14, en tanto que *Reforma* la publicó el 31. Para el primer diario EPN seguía arriba con un 49% en ambas fechas; JVM registró un fuerte ascenso al llegar a 27.6% el 5 de mayo, perdiéndolo el 14 de mayo al registrar 21%; AMLO tuvo un pírrico aumento la primera fecha, pero en la segunda subió a 24%; Quadri llegaba a dos por ciento. La medición de *Reforma* registraba que PN se mantenía arriba, pero perdía apoyo al registrar el 38%, JVM perdía seis puntos quedando con el 23% de las preferencias, en tanto AMLO aumentaba 7% llegando al 34%. La imagen que proyectaban estos medios en mayo era muy distinta: *El Universal* difundía la imagen de una contienda en la que EPN duplicaba las preferencias de AMLO y estaba 12% arriba de JVM. Para *Reforma*, en cambio, la distancia entre EPN y AMLO estaba a 4% de distancia, lo que significaba que si se incorporaba el margen de error había un empate técnico entre estos dos candidatos. *Milenio*, mientras tanto, expresaba una muy amplia mayoría a favor del candidato priista.

En junio, tanto *El Universal* como *Reforma* publicaron los resultados de 2 encuestas: el 4 y el 27 de junio el primer diario y el 19 y el 27 el segundo. El 27 de junio era una fecha en la que se registraba las preferencias electorales en el momento previo a las elecciones. Para *El Universal* EPN perdió terreno significativamente: había registrado cerca del 50% de las preferencias el 14 de mayo y para el 4 de junio, después del primer debate y del movimiento *Yo soy 132*, cayó al 44% y al final de la campaña alcanzó 41%. Lo que *El Universal* registró fue una pérdida de respaldo en la segunda mitad de la campaña de 9%. Mantenía, pese a esto, un alto nivel de preferencias. AMLO había logrado para este medio pasar de 24% en mayo a 27 a mediados de junio y perdió respaldo en el último momento registrando 24%. JVM, según sus mediciones tenía el 4 de junio y un respaldo volátil: 21% el 14 de mayo, 26% el 27 de junio. Mientras tanto los resultados de *El Universal* indicaban que la victoria priista sería muy holgada.

Reforma, en los resultados de sus encuestas reflejaba una contienda electoral distinta. El 19 de junio indicaba que PN mantenía un respaldo alto, del 42%, que al momento previo se redujo un punto porcentual, pero su principal contendiente, AMLO, se ubicaba con un respaldo de entre 30 y 31%, en tanto que JVM estaba en un claro tercer lugar con el 24% de las preferencias. Si su medición final indicaba 41% para EPN, 31, para AMLO y 24 para Vázquez Mota, incorporando su margen de error $\pm 2.7\%$, teníamos resultados probables relativamente cerrados: Peña Nieto entre 44% y 38%, AMLO entre 34% y 28%

y VM entre 27% y 21%. Aunque había un claro favorito, la diferencia entre el primero y segundo lugar no sería tan amplia.

CONCLUSIONES

Como mencionamos al inicio del trabajo, *Milenio* acertó ubicando en primer lugar de las preferencias electorales a Peña Nieto, posición que ocupó a lo largo de la campaña electoral, pero se equivocó en la predicción de las preferencias electorales pues expuso que Peña Nieto tendría una votación de 46.9% y el resultado oficial fue 38.6%. Se trata de una diferencia de más de 8%: *El Universal* estimó una votación de 41.2 % para Peña Nieto, alejándose del resultado 2.6%. *Reforma* fue quien mejor estimó la votación real ya que la diferencia fue de 2.4%.

La diferencia entre la predicción de las encuestas y los resultados electorales del 1 de julio abrieron la discusión en torno a la metodología empleada por *Milenio* y también en torno a las preferencias políticas de esa casa editorial. El debate por supuesto, no era respecto de la predicción del candidato ganador sino a la sobreestimación del porcentaje de votación con el que Peña Nieto ganaría la elección. Para explicar esta diferencia entre la predicción y los resultados de la elección pueden proponerse dos hipótesis: primero, que los ciudadanos que votaron por Andrés Manuel López Obrador o por Josefina Vázquez Mota, al momento del levantamiento aún no tenían decidido su voto; segundo, que las casas encuestadoras, una más que otras, asignaron desproporcionadamente a los votantes indecisos, el resultado fue que sobreestimaron la intención del voto a favor de la primera opción.

Para analizar las diferencias en los porcentajes difundidos por las diversas casas encuestadoras y los resultados de la elección, el Instituto Federal Electoral, la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión A.C. (AMAI), el World Association for Public Opinion Research (WAPOR) y el Centro de Investigadores de la Opinión Pública organizaron el Foro “Las encuestas electorales, la experiencia de 2012”. En ese foro Ricardo de la Peña, Presidente Ejecutivo de GEA-ISA, mencionó que, a pesar de lo sucedido con los porcentajes, “por vez primera en este siglo, todas las encuestas previas a una elección presidencial acertaron en detectar como líder a quien resultó ganador de la contienda” (2012: 5). Argumento atendible, pues durante toda la campaña electoral, los tres medios de comunicación reportaron el posicionamiento de Enrique Peña Nieto como primer lugar en las preferencias electorales.

En este trabajo se exploró el nivel de predictividad de las encuestas electorales para la elección presidencial de 2012. Encontramos que dos periódicos nacionales *Milenio* y *El Universal* publicaron resultados que se alejaron considerablemente de los resultados de la elección. Dado que el *Milenio* fue el que más se alejó de esos resultados decidimos hacer un seguimiento de todas las encuestas que publicó. A partir de ese seguimiento concluimos que la diferencia entre las encuestas del *Milenio* y los resultados electorales se explica por la distribución que hizo de los votantes indecisos.

Por supuesto se puede argumentar en contra de lo que acabamos de plantear, sosteniendo que es difícil que las encuestas acierten pues depende de la confianza de los electores, de la metodología empleada, del tamaño de la muestra. Sin embargo, la baja predictividad de las encuestas para la elección presidencial de 2012 en México contrasta con la capacidad de predictividad en otras experiencias. Por ejemplo, en 2012 también realizaron elecciones para presidente en Francia.¹⁴ Las principales casas encuestadoras son IFOP, Instituto Francés de Opinión Pública; Opinionway y BVA, quienes realizaron encuestas y sondeos de opinión, con entrevistas realizadas por medio de llamadas e internet.

En esa ocasión “todas las casas encuestadoras acertaron al resultado o se acercaron a él y todas, sin excepción, se encontraron dentro del margen de error. Varios hechos ocurrieron entre el primero y segundo proceso. ... los pronósticos para la segunda vuelta, que ya desde finales de abril favorecían a François Hollande, se volvieron irreversibles. Las casas encuestadoras calcularon la distancia entre el primero y segundo lugar entre 4 y 6 puntos” (Suárez, 2012: s/d). Finalmente, el resultado de las elecciones destacó que François Hollande era el nuevo presidente de Francia y había ganado a Nicolás Sarkozy con 3.2% de diferencia. Una vez más las predicciones de las encuestas se encontraron en el margen de error permitido. Los resultados oficiales dieron a François Hollande 51.6% y a Nicolás Sarkozy 48.3%. Con lo que se comprueba el acierto de las casas encuestadoras.

En Brasil, durante la elección presidencial de 2013 las casas encuestadoras realizaron predicciones muy cercanas a los resultados oficiales que en la segunda vuelta se dieron para Dilma Rousseff, del Partido de los Trabajadores, el 51.6%, y al candidato Aécio Neves, del Partido de la Social Democracia Brasileña, el 48.3%. La casa encuestadora Datafolha, en su última encuesta publicó que Dilma contaba con el 52%, mientras que Aécio tenía el 48%, (MercoPress, 2014:

14 Éstas se efectúan cada cinco años en dos vueltas. En la primera vuelta contienen todos los partidos políticos con registro y en la segunda los dos que tuvieron el mayor porcentaje de votos.

s/d). La metodología empleada consistió en entrevistar a 4,355 personas, diferenciando al 6% de los encuestados que pretendía votar en blanco o anular su sufragio y el 4 % que estaba indeciso (Jiménez, 2014: s/d).

Con la revisión de los resultados de las encuestas realizadas para predecir el resultado de la elección presidencial y tomando en cuenta los dos casos referidos,¹⁵ es posible afirmar que las casas encuestadoras deben revisar su método para aplicar las encuestas, de modo que contribuyan a dar mayor certidumbre a la elección y no que generen mayor desconfianza. Lorenzo Córdova, Consejero del Instituto Federal Electoral, mencionó que se tiene que reflexionar sobre el papel que juegan las encuestas en la vida política de nuestro país: “hay un problema metodológico. Me da esa impresión, pero no soy quién para decirlo, para analizar, porque las encuestas lejos de ser una fuente de certidumbre, hoy fueron fuente de incertidumbre. La ley no prevé una sanción a quien transgreda o no se apegue a esos métodos.” (Rivera, 2012: 5).

En conclusión, se necesita que las encuestas se realicen con una metodología que sea capaz de ofrecer una predicción más certera de los resultados, con lo que, a su vez, contribuirán a dar mayor certeza al proceso electoral. También es necesario que se reflexione sobre las formas en que se comunican esos resultados, de modo que no se transformen en un mecanismo más de propaganda electoral. Mejorando estos dos aspectos es posible que la capacidad de predictividad de las encuestas mejore durante el proceso electoral de 2018.

15 La discusión en torno a la distancia entre las encuestas y los resultados electorales es permanente. Un ejemplo de la baja predictividad de las encuestas fue lo ocurrido en las elecciones generales británicas del 7 de mayo de 2015: Los sondeos de opinión indicaban que sería una elección muy competida entre laboristas y conservadores. Los resultados favorecieron ampliamente a los conservadores que obtuvieron el 36.9% de la votación mientras que los laboristas consiguieron el 30.4% de la votación. Estos resultados no fueron previstos por ninguna encuesta (*El país*, 8 de mayo de 2015).

Otro ejemplo de los problemas que supone predecir los resultados electorales fue lo ocurrido en la elección anticipada de Turquía celebrada el 1 de noviembre de 2015. Las encuestas daban porcentajes altos al partido AKP, pero no suficientes para alcanzar la mayoría absoluta. La última encuesta publicada antes de la elección daba los siguientes resultados a Recep Tayyip Erdoğan, Partido de la Justicia y el Desarrollo AKP le asignaban el 42.9% de la intención del voto, en la elección esta opción obtuvo el 51.8% de la votación; a Ekmeleddin Ihsanoglu CHP las encuestas le asignaban el 26.1% de las preferencias y consiguió el 38.4% de la votación; mientras que al Okurdo Selahattin Demirtas las encuestas le asignaban el 26.1% de las preferencias y obtuvo el 9.8% de la votación (*El país*, 2 de noviembre de 2015).

REFERENCIAS

- Córdova, Lorenzo. 2012. *Foro: Las encuestas electorales, la experiencia de 2012*, realizado el 22 y 23 de noviembre de 2012. Artículo disponible en <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/SecretariaEjecutiva/SE-Varios/2012/ForoEncuestasElectorales-2012/Ponencias/pdf>. Consultado el 5 de julio de 2014.
- De la Peña, Ricardo. 2012. *Foro: Las encuestas electorales, la experiencia de 2012*, realizado el 22 y 23 de noviembre de 2012: 5. Artículo disponible en <http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/SecretariaEjecutiva/SE-Varios/2012/ForoEncuestasElectorales-2012/Ponencias/pdf>. Consultado el 5 de julio de 2012.
- De la Peña, Ricardo. 2015. "Las encuestas presidenciales en México durante el siglo XXI". En *Revista Mexicana de Estudios Electorales*. 2015. Electorales. No. 15. Enero-junio. México: 78-114.
- De Fleur, Melvin L. y Sandra J. Ball-Rokeach. 2001. *Teoría de la comunicación de masas*. España: Paidós.
- Fundación Mexicana para el Fomento de la Lectura A. C. 2013. "Grafica 6 Preferencia de lectura de los mexicanos". En *De la penumbra a la oscuridad... Encuesta Nacional de Lectura 2012*: 26. Artículo disponible en http://www.educacionyculturaaz.com/wp-content/uploads/2013/04/ENL_2012.pdf. Consultado el 14 de enero de 2013.
- Instituto de Investigación Jurídicas Universidad Nacional Autónoma de México. 2006. *Encuesta nacional de lectura*. Artículo disponible en <http://sic.conaculta.gob.mx/encuesta/Encuesta%20de%20Lectura%20ok.pdf>. Consultado el 10 de noviembre de 2013.
- Instituto Federal Electoral. 2011. *CG411/2011. Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se establecen los lineamientos así como los criterios generales de carácter científico que deberán observar las personas físicas y morales que pretendan ordenar, realizar y/o publicar encuestas por muestreo, encuestas de salida y/o conteos rápidos durante el proceso electoral 2011-2012*. Artículo disponible en http://www.ife.org.mx/docs/IFEv2/Principal/NoticiasAvisos/NoticiasAvisos2011/estaticos2011/diciembre/CG411_2011.pdf. Consultado el 1 de julio de 2013.
- Instituto Nacional Electoral. Sin identificar. *Sistema de consulta de la estadística de las elecciones federales 2011-2012 en Atlas de resultados electorales federales 1991-2012*. Artículo disponible en siceef.ife.org.mx/pef2012/SICEEF2012.html#
- Sartori, Giovanni. 1998. *Homo videns la sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.

Suárez Sánchez, Rosa Velia. Sin identificar. *Las encuestas claras: encuestas en Francia 2012*. Artículo disponible en <http://dinamia.com.mx/actualidades/las-cuentas-claras-encuestas-en-francia-2012/>. Consultado el 7 de mayo de 2015.

HEMEROGRAFÍA

El Universal, periódico nacional. 30 de marzo al 10 de julio de 2012.

El País, periódico nacional. 8 de mayo de 2015.

El País, periódico nacional. 2 de noviembre de 2015.

Jiménez Barca, Antonio. 2014. “Dilma Rousseff, reelegida por un estrecho margen”. *El País*, 27 de octubre de 2014. En Brasil. Disponible en http://internacional.elpais.com/internacional/2014/10/26/actualidad/1414347329_713433.html. Consultado el 7 de mayo de 2015.

Milenio, periódico nacional. 30 de marzo al 10 de julio de 2012.

MercoPress. 2014. “Últimas encuestas confirman avance de Dilma pero persiste ‘empate técnico’”. En Brasil, 23 de octubre de 2014. Disponible en <http://es.mercopress.com/2014/10/23/ultimas-encuestas-confirman-avance-de-dilma-pero-persiste-empate-tecnico>. Consultado el 7 de mayo de 2015.

Reforma, periódico nacional. 30 de marzo al 10 de julio de 2012.

Rivera, Carolina. 2012. “Piden análisis sobre el rol de las encuestas”. *Milenio*, 29 de julio de 2012. En Panorama poselectoral: 5.