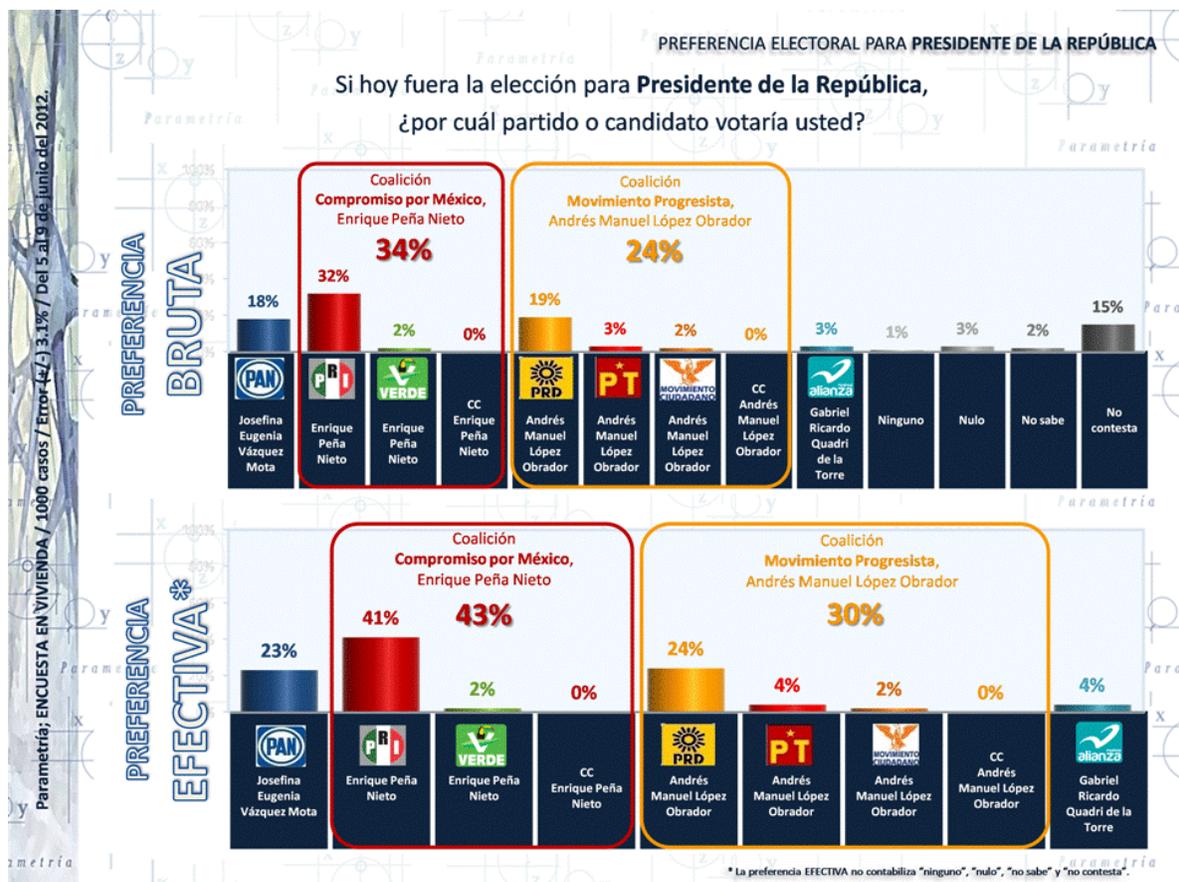
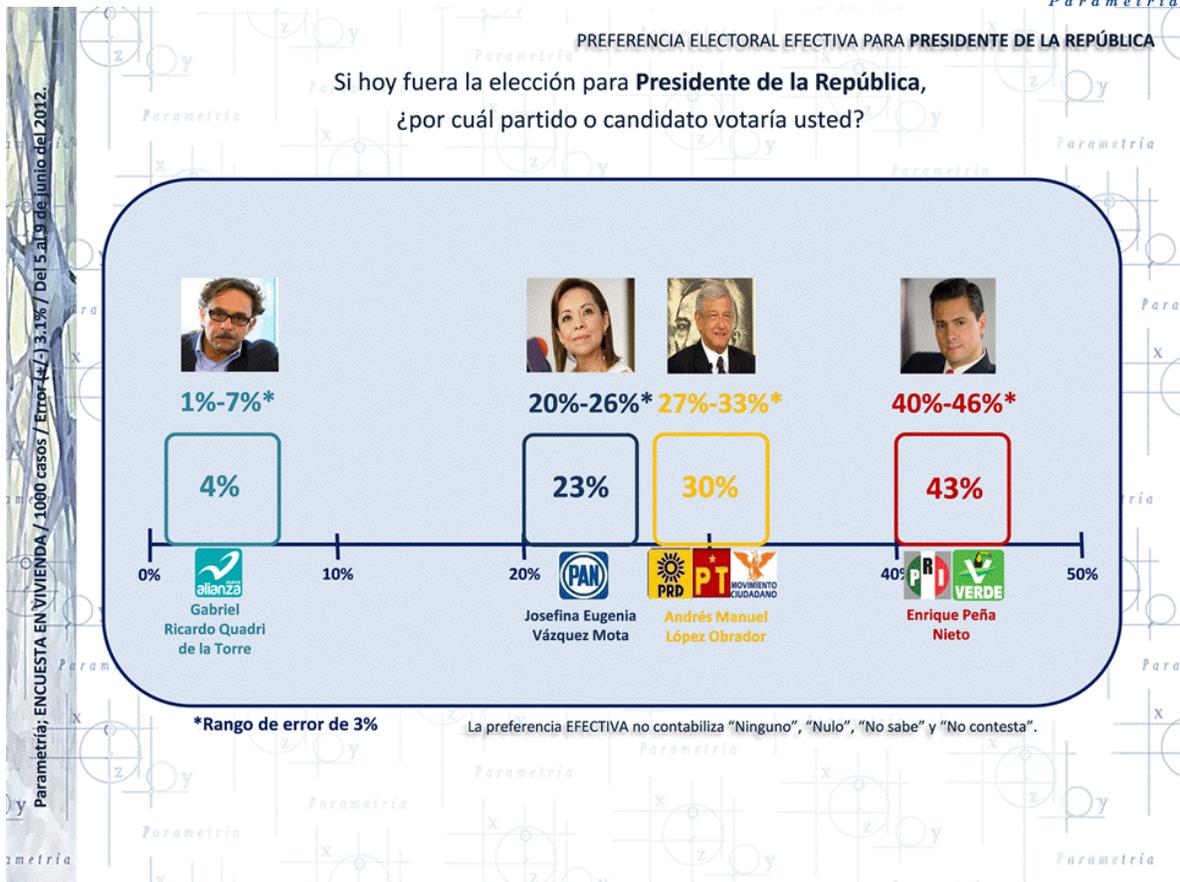


Cómo leer encuestas

Actualmente, como cada vez que hay competencia electoral, se presenta una discusión sobre encuestas, encuestadores y métodos. Siempre se abre un gran debate sobre su pertinencia, los patrocinadores, el número de casos (la “n”), el margen de error, sus efectos entre el electorado y el uso que le dan los políticos.

En las últimas semanas algunas casas encuestadoras han presentado resultados que difieren en el margen de victoria (diferencia entre el primer y segundo lugar) para la elección presidencial, este margen se encuentra en un extremo de 4 puntos (Reforma 24-27 de mayo) y por el otro de 24 (Indemerc 24-28 de mayo), en la más reciente medición de Parametría fue de 13 puntos (5-9 de junio).

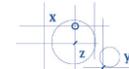




Algunas personas se preguntan ¿a qué encuesta creerle?, hay que responder primero que leer encuestas no es un acto de fe, se trata de analizar con argumentos metodológicos cada una de ellas.

Existen muchos factores a los que hay que poner atención, pues por ellos puede explicarse que los resultados de una encuesta difieran de los resultados de otra como:

- Asegurarse que no se comparen resultados de encuestas telefónicas con encuestas en vivienda, así como no se pueden comparar peras con manzanas.
- La forma de estimar intención de voto, debemos analizar si se hace con pregunta cara a cara, con la utilización de una boleta simulada o con la utilización de boleta y urna simulada, Parametría lo hace de esta última manera.
- Otro factor que podría influir es la tasa de rechazo, ésta se compone por aquellas personas que cumplen con los requisitos para participar en una encuesta preelectoral, pero que por diferentes motivos no quieren o no pueden responder la encuesta,



ejemplos: llegar a un hogar y encontrarse con un ama de casa que se encuentra cocinando y no tiene tiempo para responder, llegar a una casa y advertir que es una oficina, o un comercio entre otros.

- Con relación a este último aspecto, cada empresa utiliza ciertos filtros para aplicar sus instrumentos de medición, los filtros que utilizamos en Parametría son básicamente tres: 1) que el encuestado sea mayor de 18 años, 2) que la persona tenga credencial de elector para votar en la localidad donde se está levantando la encuesta (de nada nos serviría hacer estimaciones con personas que no podrán votar el día de la elección), 3) que cuenten con credencial de elector de 2004 a la fecha.

De acuerdo con el Instituto Federal Electoral, las personas con credencial para votar con terminación 03 no podrán votar el 1° de julio. En las encuestas que ha hecho Parametría, la proporción de personas que se encuentra en esta condición representan el 15%.

TASAS DE RECHAZO EN LEVANTAMIENTOS NACIONALES

Encuestadora	Fecha de publicación	Tasa de rechazo
Con Estadística	13/02/2012	39%
Consulta Mitofsky	13/03/2012	60%
Buendía & Laredo	20/03/2012	47%
BGC	26/03/2012	48%
Consulta Mitofsky	28/03/2012	59%
Reforma	30/03/2012	25%
Parametría	16/04/2012	49%
BGC	16/04/2012	49%
Con Estadística	17/04/2012	51%
Consulta Mitofsky	17/04/2012	55%
Parametría	23/04/2012	59%
Buendía & Laredo	23/04/2012	39%
Consulta Mitofsky	24/04/2012	55%
Parametría	30/04/2012	66%
Consulta Mitofsky	1/05/2012	55%
Buendía & Laredo	6/05/2012	43%
Parametría	7/05/2012	50%
Con Estadística	9/05/2012	54%
Consulta Mitofsky	11/05/2012	55%
Parametría	14/05/2012	66%
BGC	14/05/2012	46%
Buendía & Laredo	14/05/2012	42%
Parametría	21/05/2012	69%
Consulta Mitofsky	22/05/2012	59%
Con Estadística	24/05/2012	57%
Parametría	28/05/2012	58%
BGC	28/05/2012	45%
Consulta Mitofsky	29/05/2012	58%
Reforma	31/05/2012	21%
Parametría	4/06/2012	62%
Buendía & Laredo	4/06/2012	33%

Analizar la no respuesta, aquellas personas que decidieron no contestar, mencionaron “no sé” o “ninguno” o aquellas que decidieron anular su voto (en las boletas simuladas) conforman este grupo.

Al inicio de la contienda electoral los porcentajes de no respuesta suelen ser más altos, sin embargo, conforme se acerca el día de la elección este porcentaje disminuye y luego se estabiliza.

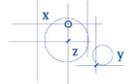
Algunos piensan que la “No respuesta” son indecisos y que si se les convence pueden influir de forma determinante en el resultado de la elección. Sin embargo, la “No respuesta” se conforma tradicionalmente de personas que no van a salir a votar el día de la elección, es decir, son abstencionistas.

El error muestral, toda encuesta probabilística trae asociado un error muestral. El hecho de que no se entreviste a toda la población objetivo –es decir, que se haga un censo de electores- hace que las encuestas tengan un margen de error.

El margen de error nos indica el intervalo en el que la estimación puede moverse hacia arriba o hacia abajo.

Normalmente los encuestadores no reportamos nuestras estimaciones en forma de intervalos o rangos para no crear confusión entre el cliente o el lector, simplemente se reporta el margen de error y se explica su significado.

En los últimos días estas han sido las principales fuentes de discrepancia de las mediciones, el objeto de este artículo es simplemente contribuir a formar un mayor número de lectores críticos, el propio consumidor de encuestas debe buscar y comparar toda la información metodológica: quién la hizo, en donde, cuándo, con qué población objetivo, cuáles fueron los filtros, la tasa de rechazo y el margen de error. En la medida que tengamos lectores educados de las encuestas crecerá la calidad de las mismas.



NOTA METODOLÓGICA

Tipo de estudio	Encuesta en Vivienda
Objetivo de investigación	Medición de preferencias electorales y posicionamiento de candidatos
Fecha de levantamiento	Del 5 al 9 de junio del 2012
Población objetivo	Personas de 18 años en adelante con credencial para votar que al momento de la entrevista residan en el lugar de interés.
Marco muestral	Secciones electorales reportadas por el IFE
Método de selección de las secciones electorales	Sistemático aleatorio con probabilidad de selección proporcional a su tamaño
Método de selección de viviendas	Sistemático con arranque aleatorio simple

Método de selección de unidades de observación	Aleatoria simple
Método de recolección de datos	Aplicación de encuesta persona a persona
Método de recolección de las preferencias electorales	Boleta llenada en secreto y depositada en una urna portátil
Método de estimación de los resultados	Los resultados presentados no son frecuencias simples, sino estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión.
Método de edición	Validación en Excel y clean up en SPSS
Tasa de rechazo de la entrevista	67%

Representatividad	Número de casos	Error teórico muestral asociado al 95% de confianza estadística
Nacional	1,000	(+/-) 3.1%

Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.

Nota metodológica

Persona moral que patrocinó la encuesta	Diario 24 Horas, Av. Paseo de la Reforma #381-PH, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc. C.P. 06500, México, D.F. Tel: 11026169
Persona moral que realizó la encuesta	Parametría SA de CV. Benjamín Hill 185, Colonia Condesa, México, DF. Teléfono 52 (55) 26 14 00 89. Correo electrónico: parametria@parametria.com.mx
Persona moral que solicitó y ordenó la publicación de la encuesta	Diario 24 Horas, Av. Paseo de la Reforma #381-PH, Col. Cuauhtémoc, Del. Cuauhtémoc. C.P. 06500, México, D.F. Tel: 11026169
Medio de publicación original	http://www.24-horas.mx/como-vota-el-df/

Los resultados presentados sólo tienen validez para expresar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos

FUENTE:

PARAMETRÍA. Encuesta Nacional en vivienda. Representatividad: Nacional. Número de entrevistas: 1000 encuestas del 05 al 09 de junio. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error: (+/-) 3.1%. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: Aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño. Unidad de muestreo: Las secciones electorales reportadas por el IFE. Población objetivo: Personas de 18 años en adelante con credencial para votar que al momento de la entrevista residan en el lugar de interés.

"Estos resultados sólo tienen validez para expresar la opinión o preferencias electorales o la tendencia de la votación de esa población en las fechas específicas del levantamiento de los datos"

Artículo publicado en 24 Horas. 17 de junio de 201