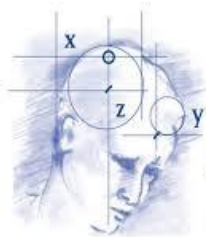


El papel de las encuestas en el proceso electoral



El mito del borrego: ¿tienen las encuestas el poder de manipular la voluntad ciudadana expresada en el voto?





- **Diversidad de información**
- **Papel actores**
- **Metodología**

**Puntos de
discusión**

Cabe recordar que....

- En **los procesos electorales latinoamericanos** muchos ciudadanos se mantienen **indecisos hasta el final**.

Hay un **voto escondido** que no aparece en las encuestas y que respalda a candidatos enfrentados totalmente a un sistema.

Instituto Interamericano de Derechos Humanos, 2012

- Los ciudadanos **de países con tradiciones de gobiernos totalitarios y represivos** pueden ser cautelosos acerca de ser entrevistados por extraños y por tanto **no podrán participar en las encuestas** o dar **respuestas que pueden no reflejar sus verdaderos puntos de vista** (espiral del silencio).

Herbert Asher, Polling and the Public, 2012

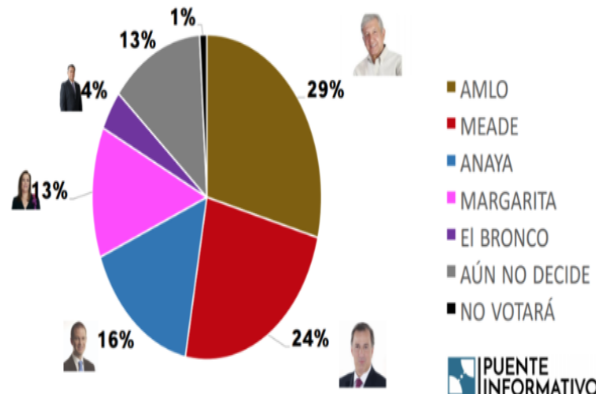
- El Latinobarómetro 2017 evidencia que **la pérdida de confianza en la democracia es un síntoma generalizado en toda América Latina**, siendo México un caso acuciante.

- Si bien los mexicanos parecen no confiar en los medios de comunicación, los **más altos niveles de información** evidencian ciudadanos con **mayor diversificación de sus fuentes**.

- Esta desconfianza en la democracia se hace manifiesta en el gran reto metodológico que nos han dejado las últimas elecciones (federales y locales) en México. Siendo éste **modelar un comportamiento político-electoral más complejo** y con un mayor volumen de información disponible.
- Asimismo, **este comportamiento electoral de los mexicanos no permite afirmar que la difusión de encuestas tenga un efecto de *herding*, *rally around the winner* o de *underdog*.**
- Minimizar la decisión de voto al efecto de la realización y difusión de encuestas parte de **una visión reduccionista del comportamiento electoral** de los ciudadanos, así como de **una visión paternalista respecto a la información que pueden analizar.**



José Antonio Meade tras AMLO. Resultado de la pregunta:
En las próximas elecciones a presidente de la república, ¿por qué candidato votaría?



Encuestas realizadas a 32,000 hogares a lo largo del territorio nacional de 3 al 7 de abril



En los periodos electorales es posible encontrar un gran número de encuestas. Sin embargo, existen diversas fuentes de información que hacen uso de **encuestas falsas** (fake polls) con el fin de influir en la opinión pública, pero **cuya metodología es precaria**.

“If a pollster is fake and unknown, then we should certainly ignore it. If a pollster isn’t actually fielding polls, we should ignore the results even if the pollster is professional . On the other hand, if the pollster is real and respected then we obviously want to take its results seriously.”

Harry Enten, Pollster analyst, FiveThirtyEight, 2017

Polls should be judged on two dimensions

		Real poll		
		Treat with caution	Trustworthy	
Unknown pollster		Untrustworthy	Untrustworthy	Respected pollster
			Untrustworthy	
		Fake poll		

“LO QUE DICEN LAS ENCUESTAS....”

EL DIGITALCLM
CASTILLA - LA MANCHA

Portada Región Actualidad Economía [Opinión](#) Sociedad Deportes Imágenes

Lo que dicen las encuestas del PP
sobre el futuro mapa electoral de

EL UNIVERSAL

Newsweek
EN ESPAÑA

Now Reading: Lo que dicen las encuestas: quién tiene mayor probabilidad de tr

GUANAJUATO

**Lo que dicen las encuestas: quién
tiene mayor probabilidad de triunf**

INICIO

Lo que dicen las encuestas

BY SAÚL ARELLANO - 19, ABRIL, 2018 - 1216

Tendencia de intención de voto por candidato

ALTONIVEL
ELEVA TU PODER DE DECISION

Encuestas

**¿Qué dicen las encuestas
antes del primer debate
presidencial?**

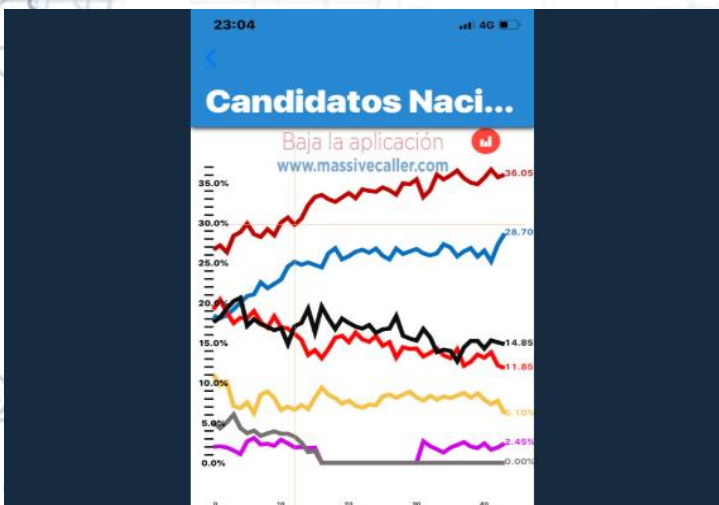
DANIEL ASUAJE. Sobre las próximas elecciones se teje un buen número de interrogantes
¿Podría realmente el gobierno perder las elecciones? ¿Se puede ganar con este CNE? ¿Pueden
los candidatos no oficialistas cubrir todos los centros electorales con sus testigos?

- “public polls can create news because “they are easy stories to write.” But, he said, “there is far **too little scrutiny on the methodology of the poll**. To most journalists, a poll is a poll is a poll.”

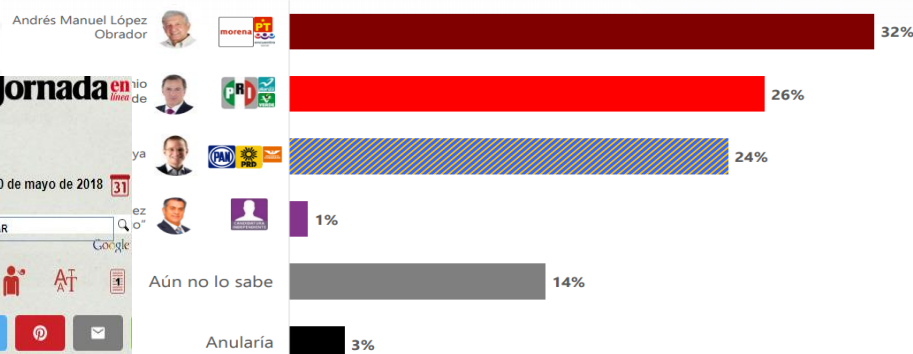
Adam Geller, CEO polling firm National Research Inc., 2017

- **Los medios de comunicación** tienen que enfrentarse hoy a un ciudadano más crítico y más desconfiado de la información que presentan. En esta tarea, es necesario que estos actores **asuman responsabilidades éticas, sociales y/o legales del análisis y difusión de la información que manejan**.
- **La tarea de los analistas y medios de comunicación es fundamental para el buen entendimiento, entre los ciudadanos, de los resultados de las encuestas.**
- En este escenario, los analistas y difusores de información de encuestas deben **identificar, conocer y entender las diferencias metodológicas** de su levantamiento: cara a cara en vivienda, telefónicas e internet (Facebook, Twitter).

- Cabe mencionar que es necesario y/u obligatorio **difundir las fichas metodológicas de las encuestas** con el fin de entender sus resultados y limitaciones, así como garantizar la transparencia de estos ejercicios ante el consumidor final de la información: el ciudadano.
- Asimismo, acorde con la diversificación de las fuentes de información, es necesario **diferenciar las encuestas publicadas en medios reconocidos de aquellas difundidas por las redes sociales**.
- Es importante aprender a **distinguir entre las encuestas que son realizadas por investigadores o centros de investigación de aquellos realizados por publicistas o con fines propagandísticos**.



4. Si las elecciones para elegir Presidente de la República fueran el día de hoy, ¿por cuál candidato votaría?



La Jornada en vivo
Miércoles 30 de mayo de 2018

POLÍTICA

Empate técnico Meade-AMLO, según encuesta tras 2° debate

Elecciones 2018

Parametría

INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA
ANÁLISIS DE OPINIÓN Y MERCADO

¡GRACIAS!

Dudas o comentarios:

fabundis@parametría.com.mx