

México padece de una guerra de encuestas

Cientos de pesquisas políticas terminan por desorientar a los votantes

POR: Gardenia Mendoza Aguilar / gardenia.mendoza@laopinion.com

20 de Junio 2012, *La Opinión*

<http://www.impremedia.com/apps/pbcs.dll/article?avis=IM&date=20120621&category=NEWS04&lopenr=306219864&Ref=AR&template=printart>

En el último mes los mexicanos que podrían participar en las elecciones presidenciales del 1 de julio recibieron información en **1082 publicaciones que refieren a 680 encuestas** con resultados disímiles, variables y algunas veces contradictorios que han terminado por desorientar a los votantes.

MÉXICO, D.F.- En el último mes los mexicanos que podrían participar en las elecciones presidenciales del 1 de julio recibieron información en 1082 publicaciones que refieren a 680 encuestas con resultados disímiles, variables y algunas veces contradictorios que han terminado por desorientar a los votantes.

Aunque al menos una decena de esas casas encuestadoras han buscado afinar su credibilidad con la publicación de sus ejercicios en los principales diarios del país, lo cierto es que la mayoría trabaja con particulares y partidos políticos.

"Hay que diferenciar bien las encuestas libres y las que publican los partidos políticos que buscan métodos y perfiles que beneficien a sus candidatos", precisa José Fernández Santillán, analista del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

El Instituto Federal Electoral (IFE) tiene un registro de 680 compañías de sondeos reguladas por lineamientos y criterios de carácter científico; sin embargo, estas no son obligadas a revelar la cartera de clientes que evitaría suspicacias sobre el interés para favorecer a candidatos.

"Serían mucho más transparente y confiable saber para quién trabajan", observó Javier Aparicio, del Centro de Investigación y Docencia Económica.

El politólogo considera que a pesar de esta falta las compañías más serias han logrado prestigio de independencia al mostrarse como imparciales en los medios de comunicación. "Regularmente predicen los resultados porque de lo contrario ya no los contratan más".

Bajo estos parámetros, Milenio trabaja con GEA-Isa; Televisa, con Consulta Mitofsky; *el Sol de México* con Parametría; *El Universal*, con Laredo y Asociados; *Excélsior*, con Ulises Beltrán; Grupo Fórmula, Con Estadística; el diario *Reforma* tiene su propia encuestadora y *Uno TV* (de Carlos Slim) con María de las Eras.

Desde meses atrás, la mayoría de estas encuestadoras perfilaban como favorito a Enrique Peña Nieto, candidato de la coalición Compromiso con México, por arriba de 15 puntos de sus más cercanos rivales que compiten por el segundo sitio: Andrés Manuel López Obrador (AMLO), del Movimiento Progresista, y Josefina Vázquez Mota, del Partido Acción Nacional (PAN).

Con este precedente, una encuesta de *Reforma* a finales de mayo sorprendió a la opinión pública al presentar a López Obrador en un abrupto ascenso que lo dejó a sólo cuatro puntos de Enrique Peña, aunque dos semanas después regresó al aspirante de izquierdas a 12 puntos

de distancia.

Diez sondeos diarios, semanales y mensuales mantienen resultados parecidos en los que el exgobernador del Estado de México continúa con entre 13 y 17 puntos de ventaja de la panista y el izquierdista que comenzaron a minimizar o descalificar las tendencias.

"Yo tengo otras encuestas", dijo el martes López Obrador. "La última que di a conocer me da dos puntos de ventaja y vamos creciendo y Peña Nieto va de picada".

Josefina Vázquez Mota no dudó de la credibilidad de las encuestas, pero apostó al voto de última hora, en las urnas, "las encuestas no votan" y pidió a los mexicanos no dejarse llevar por las encuestas "grandes y rimbombantes".

El analista Fernández Santillán lamentó que se busca poner en tela de juicio un ejercicio que "costó mucho" consolidarse. "En los años 80 el Gobierno no permitía hacer encuestas".

El IFE busca perfeccionar cada tres años criterios para la realización de encuestas desde 1997.