

ENCUESTA ANÁLISIS DE LOS SONDEOS

ALEJANDRO MORENO
amoreno@elfinanciero.com.mx

Tras las elecciones, evaluaciones: ¿cómo les fue a las encuestas? La encuesta de salida de EL FINANCIERO en Coahuila logró una estimación perfecta, al tener una desviación de 0 respecto al resultado oficial preliminar (PREP), con estimaciones que reflejaron exactamente el porcentaje de votación de los cuatro candidatos a la gubernatura.

En el Estado de México, nuestra encuesta de salida sobreestimó la ventaja de Delfina Gómez por 10 puntos. Esto no se debió a un sesgo de muestra, toda vez que las secciones electorales seleccionadas reflejan a la perfección el resultado oficial del PREP para esas secciones; lo que sí pesó fue la tasa diferenciada de respuesta en las entrevistas, al tener

En Coahuila, sondeo de salida de EF logra estimación precisa

En el de Edomex se sobreestimó la ventaja de Delfina Gómez

una mayor presencia de votantes mayores de 50 años en el sondeo, la base principal del apoyo morenista.

La última encuesta preelectoral de EL FINANCIERO en el Estado de México, realizada vía telefónica a

número fijos y celulares, tuvo una desviación promedio de 3 puntos porcentuales respecto del resultado oficial, lo cual la ubica dentro de márgenes aceptables de exactitud y en la parte alta de la tabla de desem-

peño de las diversas encuestadoras. En Coahuila, EL FINANCIERO no publicó encuestas preelectorales durante los meses de campaña, abril y mayo.

Un análisis de la exactitud de las

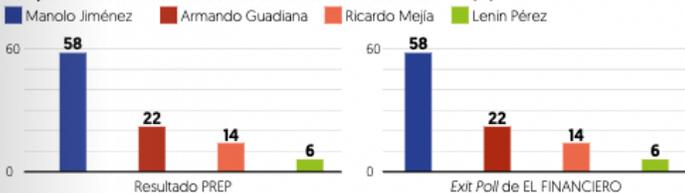
últimas encuestas publicadas por diversas organizaciones en ambas entidades antes de los comicios indica que el error promedio total fue más alto en Coahuila que en Edomex, con 5.5 y 4.7 puntos, respectivamente. Tanto en Coahuila como en Edomex, las encuestas en su conjunto previeron acertadamente ganador y segundo lugar.

Nuestra revisión de las encuestas publicadas en esta temporada electoral indica que predominaron las metodologías telefónicas: 9 de 17 encuestas finales en Coahuila (53%) y 12 de 26 en Estado de México (46%). Las encuestas realizadas con entrevistas en vivienda fueron cinco en Coahuila (29%) y nueve en Edomex (34%), siete de las cuales tuvieron una desviación por arriba del promedio. El resto de los sondeos se realizó vía redes sociales.

EVALUACIÓN DE ENCUESTAS

Coahuila

Comparativo de la encuesta de salida con el resultado oficial del PREP (%)



Error promedio:

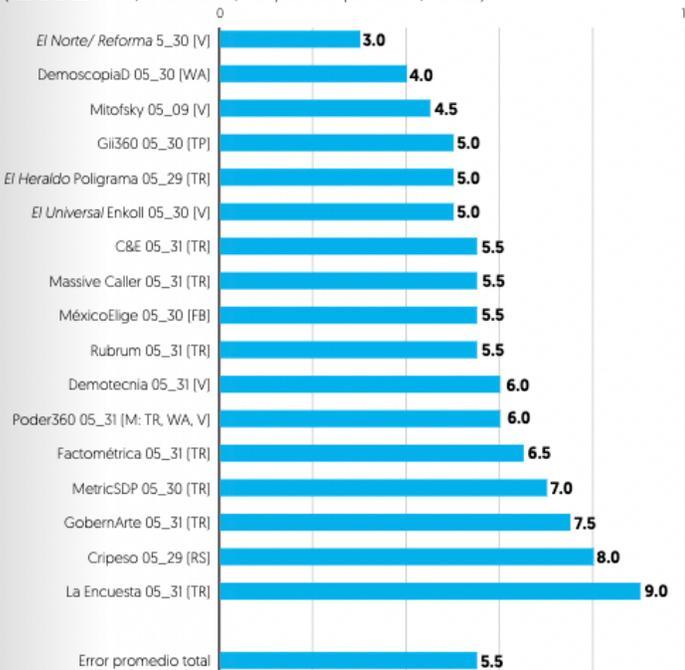
Error ventaja:

Nota: Se consideraron los resultados del PREP válidos, es decir, sin considerar el voto nulo o por candidatos no registrados, y el promedio de los intervalos de la encuesta de salida dados a conocer la noche de la elección en EL FINANCIERO TV.

Error promedio de encuestas preelectorales en Coahuila

Puntos porcentuales de desviación promedio, métrica Mosteller 3

[Nombre del medio/ encuestadora, mes y día de la publicación, método]

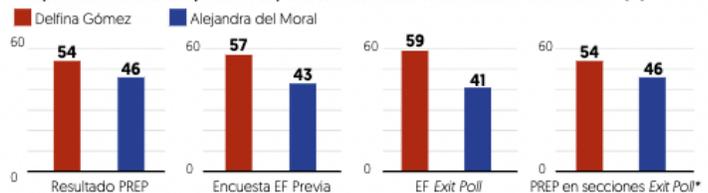


Nota: Se tomaron los resultados del PREP válidos, es decir, sin considerar el voto nulo o por candidatos no registrados. Los resultados reportados por cada encuestadora se consideraron en porcentajes efectivos, sin respuestas "no sabe". Método: V= vivienda; TP= telefónica personal; TR= telefónica robotizada; WA= WhatsApp; FB= facebook; RS= redes sociales; M= mixta.

EVALUACIÓN DE ENCUESTAS

Edomex

Comparativo de la encuesta preelectoral y la encuesta de salida con el resultado oficial del PREP (%)



Error promedio:

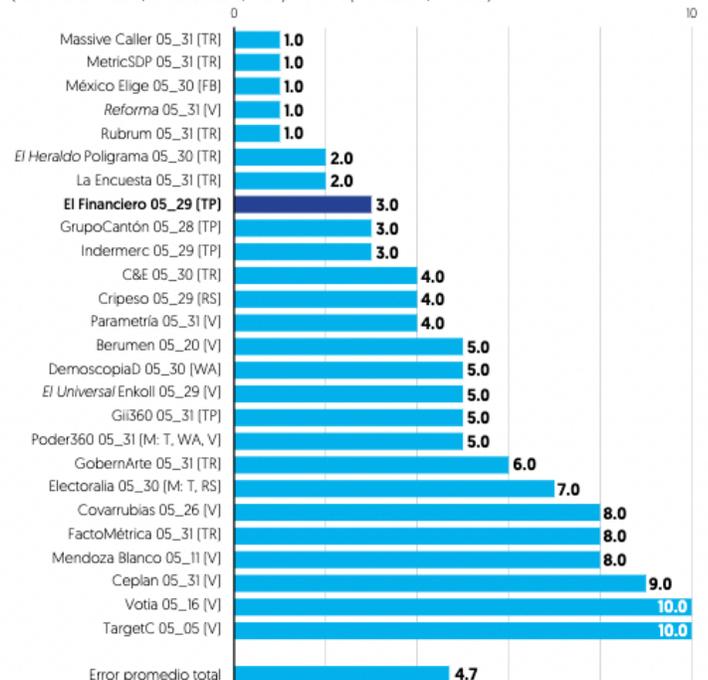
Error ventaja:

Nota: Se consideraron los resultados del PREP válidos, es decir, sin considerar el voto nulo o por candidatos no registrados, y el promedio de los intervalos de la encuesta de salida dados a conocer la noche de la elección en EL FINANCIERO TV. * Resultado en las 70 secciones de la muestra del Exit Poll.

Error promedio de encuestas preelectorales en Edomex

Puntos porcentuales de desviación promedio, métrica Mosteller 3

[Nombre del medio/ encuestadora, mes y día de la publicación, método]



Nota: Se tomaron los resultados del PREP válidos, es decir, sin considerar el voto nulo o por candidatos no registrados. Los resultados reportados por cada encuestadora se consideraron en porcentajes efectivos, sin respuestas "no sabe". Método: V= vivienda; TP= telefónica personal; TR= telefónica robotizada; WA= WhatsApp; FB= facebook; RS= redes sociales; M= mixta.