

**ESTUDIO DEL VOTANTE MEXICANO  
POR MEDIO DE LAS ENCUESTAS A LA SALIDA DE LAS CASILLAS**

**TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE  
LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES PRESENTA:**

**LAURO IGNACIO MERCADO GASCA**

**EL COLEGIO DE MEXICO  
CENTRO DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**

México, D.F.  
Agosto de 1993

*A mis padres*

*a Tzin y Bernardo*

*Por tantos momentos fundadores*

## **AGRADECIMIENTOS:**

Con esta tesis termino una etapa más de mi desarrollo intelectual. Con ello quiero agradecer infinitamente a mis padres por haberme dado todo el apoyo necesario para vivir a mis anchas mi aventura intelectual. Y a Tzin, a quien le debo la mitad de la carrera.

Quiero agradecer al doctor Ulises Beltrán su apoyo incondicional para el desarrollo de esta tesis. Discusiones y reflexiones a lo largo de muchos meses fueron el centro de la motivación y las ideas de este estudio.

A Blanca Elena del Pozo le agradezco profundamente su paciencia, su tiempo, su inteligencia y sobre todo su amistad. Sin sus certeros consejos a lo largo de toda la tesis este trabajo no sería realidad. A Mónica Nuñez, su incansable apoyo fue otro factor *sine qua non* esta tesis no hubiera visto el final, gracias Moni. A José Manuel, su ayuda en momentos críticos fue invaluable. A Jesús Torres, Oscar Torres, Marcos Valdivia, Estela Rivero, Mónica Tinajero, Laura Aceves, Norma Leyva, Oscar Rojano, Manuel Guerrero y Lupita López por su colaboración. En fin a todos mis colegas que de una manera o de otra son parte de esta tesis.

Especial agradecimiento me merece el doctor Ricardo Vernon, director de Opinión Profesional. El material proporcionado por él y las diversas entrevistas concedidas fueron la materia prima para la elaboración de esta tesis. Quisiera también hacer un reconocimiento al equipo de Opinión Profesional, al conocer el arduo trabajo que implica llevar a cabo un exit poll, tanto en oficina como en campo, no me resta más que declararles mi admiración.

Sin duda las entrevistas concedidas por Warren Mitofsky, uno de los principales creadores de los exit polls y actual director del *Voter's Research and Surveys*, fueron particularmente ilustrativas acerca del desarrollo en los Estados Unidos de este tipo de encuestas. También agradezco a los funcionarios de las empresas de opinión españolas que me proporcionaron la información solicitada.

# INDICE

## INTRODUCCION

<b>1. ¿QUE SON LOS <i>EXIT POLLS</i>?</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Antecedentes</b>	<b>1</b>
1.1.1 Origen de los <i>exit polls</i>	1
1.1.2 Los <i>exit polls</i> en otros países	6
<b>1.2 Características Generales de los Exit Polls en los Estados Unidos</b>	<b>7</b>
1.2.1 Metodologías de las cadenas de televisión	8
1.2.1.1 Diseño de la muestra	8
1.2.1.2 Diseño del cuestionario	9
1.2.1.3 Operativo de campo	10
1.2.1.4 Proceso de la información	12
1.2.1.5 Análisis y reporte de resultados	13
1.2.2 Metodología del <i>Voters Research and Survey</i>	14
1.2.3 Análisis de las elecciones	16
1.2.3.1 Perfil del Electorado: Republicanos y Demócratas	16
1.2.3.2 Análisis de la elección de 1992	18
<b>1.3 Los <i>exit polls</i> en el Reino Unido</b>	<b>24</b>
1.3.1.1 <i>Exit Poll</i> de Harris / ITN	24
1.3.1.2 <i>Exit Poll</i> BBC / NOP	29
1.3.2 Análisis de la elección de 1987	30
<b>1.4 Los <i>exit polls</i> en España</b>	<b>32</b>
1.4.1 Metodologías	33
1.4.1.1 <i>Exit Poll</i> en Sygma Dos	33
1.4.1.2 <i>Exit Poll</i> en Demoscopia	34
1.4.1.3 <i>Exit Poll</i> en Eco-Consulting	36
1.4.2 Análisis de las elecciones	37

<b>2.- LOS EXIT POLLS EN MEXICO</b>	<b>39</b>
2.1 <i>Exit Polls</i> realizados en México	39
2.2 Metodología de los <i>exit polls</i> en México	43
2.3 Contenido temático y alcances de los levantamientos	51
2.4 Metodología de análisis de los <i>exit polls</i>	55
2.4.1 Condicionantes estadísticas del análisis	55
2.4.2 Metodologías para el análisis del votante	65
<b>3.- ESTUDIO DEL ELECTORADO MEXICANO CON BASE EN EXIT POLLS</b>	<b>70</b>
<b>3.1 Los votantes en México</b>	<b>70</b>
3.1.1 Perfil socioeconómico de los votantes	70
3.1.2 Características socioeconómicas de los votantes de cada partido	71
3.1.2.1 Sexo	72
3.1.2.2 Edad	73
3.1.2.3 Escolaridad	75
3.1.2.4 Ingreso	78
3.1.2.5 Tipo de institución donde trabaja	81
3.1.2.6 Rama de actividad económica	84
3.1.2.7 Puesto que ocupa en el trabajo	85
3.1.2.8 Actividad de quienes no trabajan	87
3.1.2.9 Conclusión	89
<b>3.2 Análisis de la Opinión</b>	<b>90</b>
3.2.1 Introducción	90
3.2.2 Cuándo deciden su voto los mexicanos	91
3.2.3 Por qué votan los mexicanos, en sus palabras	92
3.2.4 Repercusiones electorales de la situación económica	97
3.2.5 Repercusiones electorales de la gestión de las autoridades	100
3.2.6 Lealtad partidista	101
3.2.7 Conclusión	104
<b>3.3 Correlación entre las variables: El Estado de México</b>	<b>105</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>111</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>115</b>

## INTRODUCCION

Las encuestas a los votantes al salir de las casillas o "*exit polls*" surgieron por el interés de las cadenas televisivas norteamericanas de informar a su auditorio, la noche misma de la elección, acerca de los resultados de ésta y de las causas de dicho resultado. Hasta antes de la aparición de los *exit polls*, la televisión norteamericana proporcionaba este tipo de información con base en encuestas preelectorales y en la información obtenida de algunas casillas consideradas como representativas de determinados grupos sociales, estos métodos demostraron ser poco confiables. Los *exit polls* han ido pasando, con algunas variantes metodológicas, a la mayoría de los países desarrollados y a algunos del tercer mundo, entre ellos México.

Los *exit polls* pueden tener dos objetivos principales, estimar el resultado de una elección y conocer las características, las actitudes y las demandas de los votantes, en fin, los por qué del resultado de una elección.

La estimación de los resultados de la elección puede hacerse mediante los *exit polls* o bien mediante un conteo rápido de resultados electorales de una muestra probabilística de casillas. Esto tiene una doble utilidad, brinda la oportunidad a los medios de comunicación de dar a conocer, la misma noche de la elección, los resultados de ésta y, al obtener esta información de manera independiente de los órganos electorales oficiales y de los partidos políticos, dicha información por lo demás, contribuye a la transparencia de los procesos electorales.

Cuando se realiza un conteo rápido, y por tanto se cuenta con una alternativa para estimar el resultado de la elección, las encuestas post-voto tienen dos usos principales. Primero, los medios de comunicación pueden ofrecer a su auditorio las razones por las cuales se votó

por determinado candidato así como el tipo de personas que lo hicieron. Segundo, puede ser una fuente de información empírica para los investigadores de ciencia política en general y de las elecciones y los votantes en particular. Esto es posible ya que en todos los lugares donde se realizan *exit polls*, la información recopilada, una vez que ha agotado su valor inicial como noticia, queda a disposición de cualquier persona interesada en investigarla.

Los *exit polls* tienen, frente a otras fuentes para el estudio del electorado, la ventaja de tratar directamente con votantes reales, certeza imposible de tener con otros tipos de encuestas. Adicionalmente, en las encuestas pre o post electorales, es difícil aislar grupos sociales con el suficiente número de casos como para poder describir el comportamiento de éstos.

En México esta técnica comenzó a ser utilizada por los medios de comunicación a finales de 1990, y se ha desarrollado continuamente hasta alcanzar actualmente grados de complejidad similares a los de otros países.

Este trabajo busca explorar cómo las encuestas a los votantes a la salida de las casillas, el día de la elección, puede ser una herramienta para el estudio empírico del votante mexicano.

El trabajo pretende responder a las preguntas de ¿qué son y cómo se realizan los *exit polls*?, ¿dónde y con qué variantes se han hecho este tipo de encuestas?, ¿cuál ha sido el desarrollo de esta técnica en México?, ¿Qué tipos de estudio del electorado permite? y finalmente, un primer acercamiento mediante este tipo de encuestas a la pregunta de ¿cómo es el votante mexicano?.

En el primer capítulo se estudia la metodología general de los *exit polls* y su utilización en varios países del mundo. Se presta especial atención a los *exit polls* en los Estados Unidos por ser la cuna de éstos. Se presentan las variantes en las metodologías dentro de los Estados Unidos, en el Reino Unido y en España. En cada apartado se presenta un ejemplo del tipo de análisis electoral que permiten los *exit polls*, el caso de las elecciones presidenciales de 1992 en los Estados Unidos se ve con detalle.

En el segundo capítulo se estudian los *exit polls* en México, su evolución y particularidades metodológicas. Así como las posibilidades de análisis que permite.

El tercer capítulo intenta un primer análisis del votante mexicano con base en *exit polls* realizados en varios estados de la República así como uno nacional realizado con motivo de las elecciones federales de 1991. Especial atención se presta al estudio del *exit poll* del 4 de julio de 1993 en el Estado de México, ya que por primera vez permitió un análisis del elector mexicano con varias preguntas nuevas de opinión.

No existe un solo libro dedicado al estudio de los *exit polls*, hay apenas algunas referencias a este tipo de encuestas en unos cuantos libros (Backstron, 1981; Niebourgh, 1984; Young, 1992). Se utilizarán tres tipos de fuentes secundarias: artículos en revistas especializadas que tratan de la metodología de los *exit polls* (Mitofsky, 1992; Levy, 1981) y de su aplicación en casos concretos (Sudman, 1983; Targott, 1992). Artículos en diversos diarios que tratan los resultados de *exit polls* realizados en los Estados Unidos, México y otros países del mundo, así como de las controversias que han desatado; y unos cuantos artículos no publicados escritos ya sea por académicos o por personas dedicadas a los *exit polls* (Mitofsky, 1993; Zuckerman, 1992). Una parte importante de la información de este trabajo proviene de fuentes primarias, entrevistas y material proporcionado por funcionarios de empresas dedicadas a la realización de *exit polls*, en México (Opinión

Profesional), Estados Unidos (Voters Research and Surveys) y España (Eco consulting, Demoscopia, Sygma Dos) y el análisis directo de varias encuestas realizadas a la salida de las casillas en México.

La escasez de bibliografía disponible, si bien puede ser comprensible por la confidencialidad del "know how" de los *exit polls*, es la primera limitación de la tesis, por lo tanto, no se pretende agotar el tema de los *exit polls*.

Respecto al estudio del elector mexicano, es fundamental tomar en cuenta las siguientes consideraciones. El estudio del votante tiene una larga historia en los Estados Unidos, normalmente su estudio se ha realizado por medio de encuestas especialmente diseñadas para ello, y realizadas por instituciones dedicadas al estudio de la opinión pública y las elecciones, como ejemplos están el Michigan Institute for Public Opinion, o la National Elections Survey. Por su parte, el principal objetivo de los *exit polls* es o bien conocer los resultados de una elección o bien analizar dicha elección, mas no específicamente al votante. Si bien en diversos artículos se habla de la posibilidad de hacer análisis posteriores del electorado con base en los *exit polls*, me fue imposible localizar siquiera un estudio donde ésta posibilidad se haya llevado a la práctica. Los únicos estudios disponibles son los referentes al análisis directo de la elección para la que se llevó a cabo algún *exit poll*. La inexistencia de estudios del votante con base en encuestas a la salida de las casillas puede deberse precisamente al objetivo particular para el que se realizan los *exit polls*. Concretamente, las preguntas que se realizan en los *exit polls*, que pueden ser muy útiles para llenar los medios masivos con información valiosa, no son necesariamente los que un académico necesita para estudiar al votante.

Otra diferencia entre las encuestas diseñadas para estudiar al votante norteamericano y los *exit polls*, es que las primeras contienen preguntas que se han venido haciendo de la misma

manera desde la década de los cincuenta, esto permite identificar cambios en el comportamiento electoral de las personas. Por el contrario, salvo algunas preguntas socioeconómicas y de identificación partidista e ideológica, las preguntas de los *exit polls* varían de elección a elección dependiendo del ambiente político del momento. Si bien dichas preguntas socioeconómicas, que se vienen haciendo mas o menos iguales desde 1976, permiten elaborar un perfil relativamente consistente de los votantes de cada partido, no permiten llegar a conclusiones muy elaboradas acerca del votante americano.

En México la situación es algo distinta. Aquí no existen estudios del votante mexicano basado en ningún tipo de encuesta, nunca se han realizado. Los *exit polls* en México son de reciente aparición. Así las cosas, a falta de encuestas especialmente diseñadas para el estudio del votante mexicano, cobra sentido realizar un estudio de éste con base en *exit polls*.

Los cuestionarios de los *exit polls* en México tampoco fueron elaborados pensando en estudios académicos del votante mexicano. Apenas hasta 1993 se comenzaron a incorporar preguntas de opinión con el objeto de enriquecer la información que los medios de comunicación contratante pudieran ofrecer a su auditorio. A pesar de esto, es posible realizar un primer análisis del electorado mexicano. Si bien, por el número de encuestas disponibles en general, y utilizadas en este estudio en particular, y por la carencia de preguntas adecuadas, no es posible llegar a conclusiones firmes, al menos se pretende dar algunas pistas de cómo es y por qué vota como lo hace el votante mexicano. Lo que se busca pues, es apuntar líneas de investigación que podrán ser explotadas en la medida en que aumente el número y variedad de este tipo de encuestas.

En síntesis, el presente trabajo pretende ser un primer estudio sistemático de los *exit polls* y de su aplicación en México para el estudio de los votantes.

La descripción de los *exit polls*, sus variantes metodológicas y los alcances de análisis que poseen se basará en las fuentes secundarias disponibles, las entrevistas y las fuentes primarias proporcionadas por quienes hacen *exit polls*. El análisis del electorado mexicano se basará en los resultados de las encuestas, mediante la comparación éstos con el último censo de población y vivienda para los mayores de 18 años, ésto para saber cómo participan los distintos grupos sociales; mediante la elaboración de tablas cruzadas por preferencia partidista, para conocer el perfil socioeconómico de cada partido, y mediante el análisis de las opiniones de los simpatizantes de los principales partidos políticos.

## 1. ¿QUE SON LOS *EXIT POLLS*?

### 1.1.- ANTECEDENTES

#### 1.1.1. Origen de los *Exit Polls*

Las encuestas a la salida de las casillas comenzaron a realizarse hacia finales de los años sesenta en los Estados Unidos. Surgieron por la necesidad de información de las cadenas de televisión norteamericanas quienes deseaban informar a su auditorio, la noche misma de la elección, cuál había sido el resultado de la elección, pero sobre todo, por qué los ciudadanos habían votado de esa manera.

"En los Estados Unidos el anuncio de los resultados de las elecciones fueron del dominio de la radio entre 1916 y 1952"<sup>1</sup>.

En este último año las principales cadenas televisivas norteamericanas, NBC, CBS y ABC transmitieron a nivel nacional el triunfo de Eisenhower. Fue entonces cuando comenzó la competencia entre dichas cadenas televisivas, por dar a conocer antes que las otras al ganador de la contienda.

El conteo oficial de votos en los Estados Unidos tarda varios días. Para poder anunciar al ganador de la elección la noche de los comicios, las cadenas mandaban a miles de personas a recopilar la información directamente de las casillas.

"Hasta 1964 en que se fundó el *Network Election Service* (NES)<sup>2</sup> (Red de Servicio Electoral), cada cadena televisiva contrataba hasta 20,000 personas para reportar los resultados de las casillas".

---

<sup>1</sup> Ver Thomas Bonn, *Broadcasting National Elections Returns: 1916-1948* en *Journal of Broadcasting* 12 (3), Verano 1968, pp. 267-286.

<sup>2</sup> Esta Red reunió a las tres principales cadenas televisivas NBC, CBS y ABC, y los dos servicios de cable más importantes AP y UPI. Cada cadena cubrió la información de nueve estados y cada agencia de cable doce, más el Distrito de Columbia. Ver Thomas W. Bohn "*Broadcasting National Election Returns, 1952-1976*" en *Journal of Communication*, Autumn 1980. p. 146.

El NES permitió, además, reducir considerablemente el momento de poder anunciar resultados definitivos.

Paralelo al conteo de votos realizado por las cadenas televisivas, se fueron desarrollando métodos para estimar el resultado de la elección. En las elecciones presidenciales de 1956 las cadenas televisivas utilizaron por primera ocasión un modelo rudimentario de predicción del voto, el cual utilizó para su proyección, información incompleta de algunos municipios. En 1962 la CBS News y Louis Harris utilizaron una muestra por cuotas de casillas dentro de los estados para proyectar a los candidatos ganadores de 13 elecciones para Senador y Gobernador. Llegó así el día en que dar simplemente los resultados de la elección no fue suficiente noticia para las cadenas:

"Las cadenas televisivas no estuvieron satisfechas con decir quién había ganado, sin explicar algo acerca de cómo sucedió esto. Para poder interpretar el voto necesitaban información. En ese tiempo las únicas fuentes para obtener dicha información podía venir o bien de encuestas preelectorales o bien del análisis del resultado por casilla"<sup>3</sup>

Las encuestas preelectorales han sido una fuente de información acerca del electorado desde los años treinta en que George Gallup, Elmo Roper, y Archibald Crossley comenzaron a realizarlas. Este tipo de encuestas presentaban, sin embargo, dos tipos de problemas para ser utilizadas por los comentaristas de noticias la noche de la elección. El primero es la incertidumbre acerca de si los resultados de la última encuesta se reflejarían exactamente el día de la elección:

"...los resultados de una encuesta preelectoral pueden variar mucho respecto al resultado final de la elección. Entre la última encuesta preelectoral y el día de la elección, las campañas políticas continúan, lo que puede hacer cambiar la preferencia electoral de algunos votantes, o bien, otros más pueden decidir abstenerse de ir a votar, así, es muy difícil identificar mediante este tipo de encuestas a los votantes reales."<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Warren Mitofsky *A short history of exit polls*, p. 86

<sup>4</sup>Irving Crespi, *Attitude measurement, theory and prediction*, en *Public Opinion Quarterly*, XLLI (1977) p. 289

El segundo problema es el tamaño de la muestra, el número de personas entrevistadas es muy pequeño como para identificar las preferencias y opiniones de grupos sociales concretos:

"Cualquiera que quisiera estudiar mujeres católicas menores de 30 años, negros de clase media, judíos, o grupos similares tenían menos de 50 votantes en una encuesta nacional. Todos estos subgrupos son demasiado pequeños como para realizar algún tipo de análisis significativo. Estos problemas son tan comunes que impiden utilizar esta información en un noticiero la noche de la elección".<sup>5</sup>

En lugar de utilizar las encuestas preelectorales, los noticieros obtenían información de algunas casillas que ellos consideraban como típicas del voto de determinado grupo social. De esta manera clasificaban las casillas en categorías, urbanas o rurales, blancas o negras, casillas de ricos y de pobres, etc. Este método resultó tener muchas limitaciones.

"Primero, estos resultados electorales no contienen información explícita acerca de las actitudes y percepciones de los votantes, aunque algunos periodistas llegasen a inferirlas. Segundo, es sabido que votantes dentro de una casilla seleccionada no representan a todos los votantes que compartan un determinado atributo demográfico."<sup>6</sup>

Es decir, la mayoría de los negros no vivían en casillas tipificadas como negras, ni los ricos siempre votaban en casillas clasificadas como tales, ni los judíos, etc. Y por tanto no se tenía la certeza de estar describiendo realmente el comportamiento electoral de dichos grupos. Las casillas servían para caracterizaciones geográficas pero no para describir el voto por características personales. Un ejemplo fue la comparación entre el análisis tradicional del voto negro en 1972, con un *exit poll*. Mientras que el voto negro en favor de Nixon fue de 17% a nivel nacional según *el exit poll*, en las casillas "negras" se registró sólo un 13%.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Ibid, p.87

<sup>6</sup> Mark R. Levy, *The Methodology and Performance of Election*, en *Public Opinion Quarterly*, (47); 1983, p. 55

<sup>7</sup> Mitofsky, op cit, p. 88

Dadas estas limitantes, era preciso para las cadenas televisivas encontrar alguna fuente alternativa para informar más ampliamente a su auditorio acerca de la elección.

En 1964 ocurrieron dos intentos aislados de entrevistar a los votantes a la salida de las casillas por parte de Louis Harris para la CBS y por parte de la NBC. No fué, sin embargo, sino hasta 1967 cuando Warren Mitofsky inició un equipo de investigadores financiados por la CBS News el cual se enfocó a encontrar un nuevo medio de obtener información acerca del resultado de las elecciones y los electores. En noviembre de ese año, para unas elecciones de Gobernador en Kentucky, se realizó el primer *exit poll*, el cual se combinó con los resultados de una muestra de casillas para obtener una proyección de la votación. En esta ocasión aún no se utilizó el *exit poll* para describir al electorado.

En 1968 se utilizó esta técnica para las primarias y para la elección general. Para las elecciones generales, se realizaron *exit polls* en 20 estados para determinar el resultado de la elección para Presidente, de senadores y gobernadores de esos mismos estados. Nuevamente, la estimación se basó en la combinación de los resultados del *exit poll* con los de la votación real en las casillas de la muestra. Los *exit polls* de 1968 ya permitieron informar acerca del sexo y la raza de los votantes.

En 1969, para las elecciones de alcalde de Nueva York, se utilizó por primera ocasión un cuestionario que contenía diversas preguntas acerca de los principales temas de la campaña, que se preguntarían junto con la preferencia del votante, de esta campaña fue posible presentar, la noche de la elección, un análisis detallado.

Entre 1970 y 1980 la CBS-News utilizó los *exit polls* únicamente para análisis. No fue sino hasta 1982 que la CBS los utilizó para realizar proyecciones del voto.

La NBC News realizó su primer *exit poll* real en 1973 para una elección de alcalde el cual utilizaron sólo para análisis del electorado. Un *exit poll* para estimar el resultado de una elección lo hicieron a mediados de los setenta.

ABC News realizó su primer *exit poll* en 1980. Para 1982 ya hacía proyecciones mediante esta técnica.

Para 1980 las seis principales organizaciones de noticias norteamericanas realizaban *exit polls*. Para las elecciones presidenciales de ese año hubieron tres *exit polls* nacionales, uno realizado por la ABC, otro por la CBS News que realizó sus encuestas asociada con el New York Times y el tercero lo hizo la NBC con la Associated Press. El diario Los Angeles Times encuestó únicamente durante las primarias presidenciales.

Durante la década de los ochenta los *exit polls* se convirtieron en una práctica cotidiana en todo tipo de elecciones<sup>8</sup>. Durante todos estos años las cadenas televisivas competían entre ellas. En marzo de 1990 decidieron unirse la CBS, la NBC, la ABC más la CNN para formar lo que actualmente se llama el *Voters Research and Survey* (VRS), bajo la dirección de Warren Mitofsky. "Originalmente se propuso que entraran todas las agencias del *Network Election Service* pero dado el rechazo de la CNN a esta, decidieron sólo incluir a las cadenas televisivas"<sup>9</sup>. En 1993, sin embargo, la Associated Press se incorporó al *Voters Research and Survey*. El VRS realizó un *exit poll* para las cadenas fundadoras y otros medios noticiosos de los Estados Unidos, Europa y Japon quienes contrataron la

---

<sup>8</sup> En los Estados Unidos, después de cualquier elección, es normal encontrar información referente a algún *exit poll*: Paul Richter, *campaign Has Turned Corner in Pennsylvania: Clinton Says*, en The Los Angeles Times (29 de abril, 1992) p. 14; Leslie Phillips, *Las Sample of Punditry: The Exit poll*, en USA Today (3 de nov, 1992) p. 12; Michael W. Traugot, *The Polls-A Review: Exit Polls in the 1989 Virginia Gubernatorial Race, Where did they Go Wrong?*, en Public Opinion Quarterly, LVI, 2 (verano, 1992) pp. 245-253

<sup>9</sup>"Networks to pool *exit polling*" en Broadcasting, March 5, 1990, p.54

información externamente, en las elecciones presidenciales de 1992. Los Angeles Times fue la única que realizó un *exit poll* independiente al VRS durante esa elección.

Fue así como las encuestas a la salida de las casillas se convirtieron en el principal método mediante el cual los medios de comunicación conocen y difunden las características, actitudes y decisiones del votante americano.

### 1.1.2. Los *Exit Polls* en otros Países

Actualmente esta técnica se utiliza en muchos países del mundo, principalmente los desarrollados. En junio de 1993, en las elecciones generales españolas, agencias de opinión contratadas por distintos medios de comunicación realizaron *exit polls* para proyectar el resultado de los comicios. En marzo, la empresa Harris realizó en Francia un *exit poll* que dio a conocer la derrota de los socialistas en las elecciones generales.

El 25 de abril de 1993, el *Voters Research and Surveys*, asociado con una empresa de opinión rusa, llevó a cabo un *exit poll* durante el referéndum realizado en ese país. Los resultados de la encuesta revelaron una alta participación en esa elección: votó el 63% de los votantes registrados. Se encontró que el 74% de los votantes confiaba en Boris Yeltsin, el 66% apoyaba sus reformas a la economía, el 70% no quería elecciones presidenciales anticipadas y el 78% deseaba elecciones parlamentarias anticipadas<sup>10</sup>.

En Israel, un *exit poll* proyectó la derrota del Partido Likud, en las elecciones parlamentarias de ese país en junio de 1992. Según la encuesta, el bloque liderado por los

---

<sup>10</sup> Michael Dobbs, "Exit poll points to support for Yeltsin", en *Washington Post* (26 de abril, 1993) p. ; Andrew J. Glass, "Nice day greets Moscow voters", en *Atlanta Constitution* (26 de abril, 1993) p. 1; Richard Morin *Welcome to the World of Exit Surveys* en *The Washington Post*, (3-9 de mayo, 1993) pp. 2-3. Elisabeth Rubinfién, Claudia Rosset y Neela Banerjee, *Rssian referendum is projected to provide good news for Yeltsin*, en *Wall Street Journal* (26 de abril, 1993) p. 9,

laboristas se encontraba a una curul de la mayoría absoluta<sup>11</sup>. En la elección presidencial de diciembre de ese año, un *exit poll* realizado por el Consejo Democrático Nacional Judío reveló que los votantes judíos estaban más preocupados que el resto del electorado acerca de la economía y el empleo".<sup>12</sup>

En noviembre de 1992, durante las elecciones legislativas peruanas, se llevó a cabo un *exit poll* que permitió anunciar el triunfo, por una ligera mayoría de curules, del partido del presidente Alberto Fujimori. <sup>13</sup>

En México los *exit polls* han sido utilizados por los medios de comunicación desde finales de 1990. Se han realizado en diversos estados de la República con motivo de elecciones municipales o estatales. En 1991 la empresa de opinión norteamericana Gallup en colaboración con la empresa mexicana Opinión Profesional, realizaron para Televisa un *exit poll* nacional con motivo de las elecciones federales de ese año. En el siguiente capítulo se hablará extensamente acerca de los *exit polls* en México.

## 1.2.- CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS *EXIT POLLS* EN LOS ESTADOS UNIDOS

En este apartado se describen las características principales de la metodología utilizada por las diferentes cadenas televisivas norteamericanas para realizar sus *exit polls* y, la homogeneización de dichas metodologías al formarse el *Voters Research and Surveys*,

---

<sup>11</sup> "Exit Polls indicate Israel Power Shift", en Chicago Tribune (23 de junio, 1992) p. 1

<sup>12</sup> Thomas B. Edsall, *economy top Issue to Jewish voters*, en Washington Post (20 de diciembre, 1992) p. 21

<sup>13</sup> Gary Marx, "Voters Apparently Back Peru Regime", en Chicago Tribune (23 de noviembre, 1992) p.3

agencia que se encargó de realizar el *exit poll* nacional de 1992 con motivo de las elecciones generales de ese año en los Estados Unidos. Al final de este apartado se presentan algunos ejemplos de los análisis del electorado americano que permiten realizar los *exit polls*.

### **1.2.1.- Metodologías de las cadenas de televisión**

Las principales etapas de realización de un *exit poll* en los Estados Unidos -y que con variantes se aplican en otros países- son:

- 1) Diseño de una muestra representativa de casillas
- 2) Diseño de cuestionarios
- 3) Operativo de campo
- 4) Proceso de la información
- 5) Análisis de los resultados

#### **1.2.1.1.- Diseño de la muestra**

Para seleccionar a las personas que deben ser entrevistadas los norteamericanos siguen un procedimiento estadístico en varias etapas que expondrán brevemente a continuación.

**Selección de casillas.-** Generalmente para seleccionar la muestra se forman estratos dentro de los que se comparte alguna característica similar que se supone, puede influir en la votación, por ejemplo grado de urbanización, comportamiento electoral en el pasado, ingreso, raza, etc.

"La muestra se crea de tal manera que cada casilla tenga tantas oportunidades de ser seleccionada como votantes tiene. Una casilla con 400 votantes, tendría el doble de probabilidad de ser incluida en la muestra que una casilla con 200 votantes"<sup>14</sup>

Para elegir las casillas dentro de cada estrato, se ordenan éstas de mayor a menor con base, ya sea en el número de personas registradas para votar o bien tomando en cuenta los votos emitidos en un "año base". Antes de la unión de las cadenas televisivas cada una aplicaba su propio método.<sup>15</sup> Dependiendo del número de casillas a seleccionar para la muestra, se elige un número aleatorio y cada vez que se encuentre ese número se selecciona una casilla. Esto asegura que entren en la muestra casillas de todos tamaños. A este procedimiento se le conoce en teoría de muestreo como PPT, (selección con Probabilidad Proporcional al Tamaño)<sup>16</sup>.

**Selección de votantes.-** Para seleccionar a los votantes dentro de cada casilla de la muestra generalmente se escoge un número "k" que será el intervalo de votantes que habrá entre una entrevista y la siguiente. El intervalo "k" depende del número de entrevistas que se desea levantar en esa casilla y del tamaño del padrón, o del número de personas que voten en esa casilla. Si se desean 100 entrevistas y se espera que voten 700 personas, se entrevistará a cada séptimo votante. La segunda razón para este intervalo es que así se evita que el encuestador entreviste a personas que piense sean más fáciles de responder la encuesta e introduzca con ello un sesgo en la muestra.

#### 1.2.1.2.- Diseño del cuestionario

Todos los *exit polls* realizados en los Estados Unidos utilizan un cuestionario secreto y autoadministrado. Se le pide a los entrevistados contestar entre 20 y 50 preguntas, normalmente impresas en los dos lados de una hoja tamaño carta o más pequeña. El

---

<sup>14</sup> Mitofsky, op cit, 93

<sup>15</sup> Por ejemplo para las elecciones presidenciales de 1980 según Marx Levy "En la encuesta de la CBS NEWS/New York Times por ejemplo, el marco muestral era la elección general de 1976 o 1978. dicho marco se utilizó para determinar las casillas de la muestra tanto para las primarias de 1980 como para las elecciones de noviembre. The Los Angeles Times, que sólo realizó encuestas durante las primarias, basó su selección de casillas en un muestreo proporcional ligado al registro de votantes para la elección de 1980. En contraste, la encuesta del ABC News, generalmente desarrolló sus marcos muestrales para las primarias estatales, con base en los votos de las primarias presidenciales de 1976." p.56

<sup>16</sup> Backtron Survey Research ( 2a ed: New York John Willey and Sons, 1981), p.110.

cuestionario incluye preguntas como: ¿Por quién acaba de votar?; medidas socioeconómicas tales como sexo, edad, raza, escolaridad, ocupación e ingreso; medidas de ideología política y partidismo; momento e influencias en la decisión del voto, preferencia electoral en la última elección, actitudes hacia los candidatos seleccionados y hacia temas relevantes de la campaña. Todas las preguntas tienen opciones cerradas. Las escalas de ideología y partidismo normalmente las limitan a tres pasos, mientras que las medidas demográficas las condensan en algunos rangos de posibles respuestas. No hacen preguntas que dependan de preguntas anteriores ni preguntas abiertas, con el fin de no aumentar el índice de no respuesta.<sup>17</sup>

1. Preguntas acerca de temas: "¿está usted a favor de los casinos?" "Actualmente, ¿cuál es el principal problema de Nueva York?" "¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con los expendios estatales de bebidas alcohólicas?"
2. Preguntas de imagen: "¿Qué tan honestos son los administradores públicos?" "El gobernador está realizando una excelente, buena, suficiente o mala labor?"
3. Enfrentamiento entre candidatos: "Si los Demócratas designan a Bill Bradley y los Republicanos a George Bush, ¿a quién apoyaría usted?" "Y en las elecciones para el Senado, ¿a quién apoyaría si los candidatos fueran Helms, el Republicano y Hunt, el Demócrata?"
4. Preguntas demográficas: "Cuál es su edad...ingreso...preferencia partidista...filosofía política?"<sup>18</sup>

#### 1.2.1.3.- Operativo de campo

Días antes de la elección se envía a una persona a recorrer las casillas, quien debe registrar el número de salidas que ésta tiene. Si son varias debe diseñar una estrategia para que

---

<sup>17</sup> Ibid, p. 179-180.

<sup>18</sup>Michael L. Young, *Disctionary of Polling: Tha Language of Contemporany Opinion Research*, (New York: Grenwood Press, c18992) p.67

entreviste votantes de todas las salidas, normalmente se le pide a los entrevistadores que encuesten en todas las salidas proporcionalmente al número de personas que esté saliendo de cada una de ellas. Finalmente debe localizar un teléfono cercano.

Generalmente se utiliza un encuestador por casilla, salvo si se considera peligrosa la zona o se espera demasiada afluencia de votantes, en cuyo caso se asignan dos encuestadores. El tiempo de entrevista a lo largo del día varía para las diferentes organizaciones que realizan *exit polls*.<sup>19</sup> El día de la elección los entrevistadores se presentan ante los funcionarios de la casilla -portando una bolsa con el nombre de la organización noticiosa para la que realizan la encuesta- con el fin de informarles del trabajo que harán. Se colocan lo más cerca de la casilla que les permitan los funcionarios de casilla o la ley. El entrevistador aborda entonces cada "k" votantes al momento en que éste abandona la casilla, anota el sexo, la edad, la raza y le pide que responda el cuestionario completo. Si el votante rechaza llenar el cuestionario, de todas formas se utiliza la información de sexo, edad y raza para ajustes de no respuesta.<sup>20</sup> Una vez completado el cuestionario, lo doblan los entrevistados para conservar la confidencialidad de sus respuestas y lo depositan en la bolsa o urna que portan los entrevistadores.

Cada determinado tiempo los entrevistadores reportan por teléfono al centro de recepción de la información los datos recabados hasta ese momento, por lo general sólo lo hacen tres o cuatro veces a lo largo del día. Inmediatamente antes de que el entrevistador vaya a

---

<sup>19</sup> De todos los *exit polls*, únicamente los de la ABC le indica a sus entrevistadores que lleguen a sus casillas designadas a la hora en que estas abren que realicen encuestas durante todo el día hasta el cierre de las mismas. La CBS NEWS normalmente retira a sus entrevistadores una hora antes de que cierren las casillas creyendo que poca gente votará durante esa hora final. The Los Angeles Times ubica sus casillas en una base rotatoria a lo largo del día con 6 patrones de cobertura diferente llevados a cabo aleatoriamente; mientras que la NBC News utiliza un sistema de rotación que limita el tiempo de entrevistas. En Levy op cit, p.60

<sup>20</sup> "Si el votante rechaza llenar el cuestionario, la CBS y The Los Angeles Times entrevistan al siguiente votante según el intervalo. En las encuestas de la ABC y la NBC, sin embargo, los entrevistadores son instruídos a aproximarse al siguiente votante, y si esa persona rechaza volverá a comenzar el intervalo. Ibid, p. 61.

transmitir la información, deben de preguntar a los funcionarios de casilla el número de votos emitidos hasta ese punto.

Los entrevistadores transmiten telefónicamente las respuestas de cada una de las preguntas de las encuestas realizadas. Para ahorrar tiempo las preguntas se codificaron previamente, cada pregunta es una letra, cada opción es un número.

Imaginemos un cuestionario que tenga alrededor de 25 preguntas, en una muestra nacional de 400 casillas, y donde respondieran 25 votantes por casilla. Esto implicaría la transmisión de las casillas al centro de cómputo de 250,000 datos de información el día de la elección. "...esto se ha hecho identificando cada pregunta con una letra y cada respuesta con un número y leyendo una pregunta a la vez en el teléfono. Cuando a esto se le agrega la información de los *exit polls* estatales, los problemas logísticos son asombrosos."<sup>21</sup>

En el centro de recepción de la información estos datos se capturan en papel y luego se pasan a una computadora, o bien directamente se capturan en computadoras.

#### 1.2.1.4.- Proceso de la información

Dependiendo del método a seguir para la selección de la muestra y para la selección de los votantes de cada casilla, generalmente es necesario ponderar, es decir, asignan un peso los datos recibidos en el centro de recepción de información.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Mitofsky, op cit p.95.

<sup>22</sup> La estrategia de ponderación más elaborada fue desarrollada por la CBS NEWS, y puede servir de modelo ilustrativo.

La encuesta de la CBS NEWS/New York Times (en 1980) aplicó tres diferentes ponderadores a su información. La primera fue una ponderación dentro de la casilla que tomaba en cuenta la probabilidad de selección del entrevistado y un índice de no entrevistados, dentro de la casilla dicho ponderador se calculaba de la siguiente manera:

Ponderador=  $v/n$ .

Donde  $v$ = Votación total de la casilla

$n$ = Entrevistas completas.

Al cierre de las casillas el voto total de las casillas ( $v$ ) fue el total de votos reportados por los funcionarios de casilla. Si la votación seguía abierta, entonces una estimación del voto total, basado en datos históricos y la participación del momento, se utilizó como numerador.

Segundo: un ponderador a la casilla se aplicó a la información de la muestra que ya ha sido ponderada anteriormente en el nivel de casilla. Este ponderador tomaba en cuenta la desigual probabilidad de selección de esa casilla y era calculado de la información del "año electoral base".

Mientras que los dos primeros ponderadores eran consecuencia directa del diseño de la muestra, el último ponderador se aplicó para disminuir el error muestral. Este tercer ponderador era estimación de la proporción en el cual el nivel de participación por casilla agregado a lo largo de toda la muestra se manipula de acuerdo

Aun cuando la muestra es autoponderada -como en el caso del *exit poll* de la ABC en 1980- es necesario hacer una corrección debido a los porcentajes de no respuesta. Por ejemplo, en una muestra de 25 casillas donde se esperaba obtener 100 entrevistas por cada casilla, cada una de estas representa 1/25 de la votación...

"Supongamos que nadie rechaza la entrevista en una casilla, dándonos 100 entrevistas, pero imaginemos que en una segunda casilla la quinta parte de quienes se intento entrevistar rechazó la encuesta, obteniendo solo 80 entrevistas,8 dado que todas las casillas de la muestra representan 1/25 igual de la votación de la ciudad en el año base, debemos ponderar esas 80 entrevistas para que pesen lo mismo en el resultado final que las 100 de la primera casilla. Esto se hace ponderando cada respuesta de la segunda casilla por un factor de 1.25 (100/80). Esto lo hace la computadora (por ejemplo con el paquete estadístico SPSS)"<sup>23</sup>

#### 1.2.1.5.- Análisis y reporte de los resultados

Al cruzar las preguntas del cuestionario por la preferencia electoral manifestada por los votantes, es posible determinar el perfil socioeconómico así como las opiniones y actitudes principales de los votantes de cada candidato.

Normalmente las cadenas televisivas utilizan estos resultados para informar al auditorio en la noche de la elección acerca de cómo y por qué se dió la votación; una información más elaborada se presenta a la mañana siguiente. Los diarios presentan en sus primeras planas del día siguiente a la elección, las primeras tendencias de esta, y realizan editoriales a lo largo de la semana.

---

al resultado de la votación esperada. La estimación de este resultado, se obtiene de un modelo en computadora, obtenido inicialmente mediante la información de la encuesta a lo largo del día y más tarde mediante la votación real. La principal función de ese modelo era proporcionar una estimación del voto, pero esas estimaciones también servían para "forzar" la información de la encuesta electoral de ese día de acuerdo al resultado de la votación esperada.

Una fórmula general para estimar este ponderador es:

$$E = (x_i / y_i) Y$$

Donde E=Estimación del voto final para un candidato esa noche

$x_i$ = Voto ponderado a nivel de casilla por un candidato hoy

$y_i$ = Voto ponderado a nivel casilla para un candidato comparable en una elección previa.

Y= Voto a nivel estatal para un candidato comparable en una elección previa.

Dado que esta fórmula de la votación esperada se hace para cada candidato a la vez, el procedimiento se repite para todos los candidatos de la contienda." Levy, op cit p. 62-63

<sup>23</sup> Backstron, op cit, p.406

### 1.2.2.- Metodología del *Voters Research and Surveys*

Para las elecciones generales de 1992 en los Estados Unidos el VRS realizó un *exit poll*.

Se expone brevemente la metodología utilizada para ver la homogeneización de criterios metodológicos a los que se llegó después de la unión de las principales organizaciones dedicadas a la realización de este tipo de encuestas en este país.

Incluyendo las encuestas estatales, se entrevistaron el día de la elección a 177,000 votantes en 1,310 casillas. Las casillas para cada estado fueron seleccionadas en una muestra estratificada, utilizando criterios geográficos y de proporción de preferencia para los partidos, se utilizó como base el número de votos emitidos en la elección presidencial de 1988.

"La muestra nacional fue una submuestra de las muestras de casilla estatales".<sup>24</sup> Los votantes dentro de cada casilla fueron seleccionados sistemáticamente cada "k" votante que abandonaba la casilla. Esperaban levantar 100 entrevistas en cada casilla.

Normalmente trabajó un solo encuestador por casilla, lo hizo durante 50 minutos cada hora. Durante el receso de 10 minutos, contaban a mano el número de votantes para cada candidato. Los entrevistadores telefoneaban los resultados de esta suma y las respuestas individuales para cada pregunta tres veces al día. Antes de leer las respuestas se hizo una submuestra, controlada por el receptor de la llamada, transmitiéndose así sólo 62,024 cuestionarios, 15,256 de los cuales fueron de la encuesta nacional, el resto, de *exit polls* estatales.

---

<sup>24</sup> Hubo una excepción. En algunos estados, casillas que tenían grandes poblaciones minoritarias fueron muestreadas con un mayor índice que otras casillas. La ponderación de la muestra ajusta la representación de estas casillas para corregirla a su peso real en el total de votos. VRS "How the 1992 *Exit Polls* will be Conducted" No publicado, proporcionado por Warren Mitofsky. p. 1.

Dado que el VRS se integró con distintas cadenas televisivas, cada una con el interés de tener algo de información exclusiva, se hicieron tres cuestionarios diferentes -en distintos colores- para el *exit poll* nacional. El primero, impreso en dos versiones, blanco y gris, únicamente rotaba el orden de las opciones de respuesta para algunas preguntas, esto para compensar el posible sesgo que un solo ordenamiento pudiera generar. Este cuestionario se le entregó al doble de votantes que los de las versiones amarilla y rosa. "Los 15,256 cuestionarios nacionales incluyeron 8,503 de la versión blanca y gris, 3,899 amarillos, y 2,854 rosas"<sup>25</sup>

Los tres cuestionarios preguntaban acerca de la preferencia para Presidente y Representantes del Congreso. Si en el estado donde se realizó el levantamiento había elecciones para Senador o Gobernador, también se preguntaba la preferencia. Común a todos los cuestionarios habían siete preguntas, sexo, raza, edad, identificación partidista, ingreso, orientación sexual y voto en la elección presidencial de 1988.

Los cuestionarios blanco y gris constaban de 29 preguntas. Estas preguntas estuvieron disponibles para todas las cadenas televisivas y quienes se sumaron al proyecto. El cuestionario amarillo contenía las siete preguntas comunes, las preferencias políticas más 22 preguntas sólo disponibles para la cadena televisiva que haya solicitado determinada pregunta. La versión amarilla contenía predominantemente preguntas accesibles para todos los participantes, incluyó también algunas preguntas específicas de las cadenas.

El proceso de los datos siguió el procedimiento normal de ponderación de acuerdo al recíproco de la probabilidad de selección de las casillas y de los entrevistados dentro de éstas. Se hizo una ponderación adicional -parecida a la usada por la CBS News antes de la creación del VRS- para ofrecer una mejor estimación de los resultados de la elección.

"En cada estado mejoramos la estimación original utilizando la correlación con resultados de elecciones pasadas. Sin entrar en detalles hicimos esto haciendo una post-estratificación en cada estado. Utilizamos toda la información que teníamos para cada estado en todo momento. Durante el día sólo contábamos con los

---

<sup>25</sup> Warren Mitofsky, and Murray. A Review of the 1992 VRS Exit Polls. Documento preparado para la reunión anual de la AAPOR. (20-23 de mayo, 1993) St. Charles, Illinois p. 4.

resultados del *exit poll*. Después del cierre de las casillas contamos con los resultados reales de la elección en las casillas de la muestra, y por municipio. Combinamos las mejores estimaciones de cada estado para hacer estimaciones subregionales. Los resultados del *exit poll* nacional fueron forzados a dichos estimadores. De no forzarlos, al final de la noche, el *exit poll* nacional hubiera sobreestimado el margen de ventaja de Clinton sobre Bush en 5 puntos porcentuales."<sup>26</sup>

El VRS procesó la información, y las cadenas televisivas se encargaron de hacer ellas mismas el análisis.

### **1.2.3.- Análisis de las elecciones**

En este apartado se presentan dos ejemplos de los análisis que permiten los *exit polls*. Con base en noticias y editoriales publicados por el New York Times durante la semana posterior al día de la elección, es posible hacer una descripción del perfil de los votantes de los partidos Republicano y Demócrata.

Así mismo, se pueden presentar las principales conclusiones que explican el triunfo de Bill Clinton en las elecciones presidenciales de 1992.

#### **1.2.3.1.- Perfil del electorado: Republicanos y Demócratas**

El cuadro 1.3.1<sup>27</sup> presenta una comparación de los resultados de *exit polls* nacionales realizados durante las últimas cinco elecciones presidenciales. Esto permite formarse una clara idea del perfil de los votantes republicano y demócrata.

---

<sup>26</sup>Mitofsky, Murray. Ibidem. p.9.

<sup>27</sup> The 1992 Elections: Portrait of the Electorate. en The New York Times. 5 de noviembre, 1992.

TABLA 1.3.1  
CUADRO ELECTORAL DE ESTADOS UNIDOS

	1976			1980		1984			1988		1992	
	CARTER	FORD	REAGAN	CARTER	ANDERSON	REAGAN	MONDALE	BUSH	DUKAKIS	CLINTON	BUSH	PEROT
<b>% VOTAC. TOTAL</b>	50	48	51	41	7	59	40	53	45	43	38	19
Hombres	50	48	55	36	7	62	37	57	41	41	38	21
Mujeres	50	48	47	45	7	56	44	50	49	46	37	17
Blancos	47	52	56	36	7	64	35	59	40	39	41	20
Negros	83	16	11	85	3	9	90	12	86	82	11	7
Hispanos	76	24	33	59	6	37	62	30	69	62	25	14
Asiáticos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29	55	16
Casados	-	-	-	-	-	62	38	57	42	40	40	20
Solteros	-	-	-	-	-	52	47	46	53	49	33	18
18-29 años	51	47	43	44	11	59	40	52	47	44	34	22
30-44 años	49	49	55	36	8	57	42	54	45	42	38	20
45-59 años	47	52	55	39	5	60	40	57	42	41	40	19
60 - +	47	52	54	41	4	60	40	50	49	50	38	12
Secundaria incomp.	-	-	46	51	2	50	50	43	56	55	28	17
Secundaria completa	-	-	51	43	4	60	39	50	49	43	36	20
Universidad	-	-	55	35	8	61	38	57	42	42	37	21
Univ. y más	-	-	52	35	11	58	41	56	43	44	39	18
Graduado	-	-	-	-	-	-	-	62	37	40	41	19
Post-grado	-	-	-	-	-	-	-	50	48	49	36	15
Blancos protest.	41	58	63	31	6	72	27	66	33	33	46	21
Católicos	54	44	50	42	7	54	45	52	47	44	36	20
Judíos	64	34	39	45	15	31	67	35	64	78	12	10
W. BORN/A. CHRIST.	-	-	63	33	3	78	22	81	18	23	61	15
Síndicalizados	59	39	44	49	6	46	53	42	57	55	24	21
<b>INGRESO FAMILIAR</b>												
Menos de \$15000	58	40	42	51	6	45	55	37	62	59	23	18
De \$15000-\$29999	55	43	44	47	7	57	42	49	50	45	35	20
De \$30000-\$49999	48	50	53	39	7	59	40	56	44	41	38	21
De \$50000-\$74999	36	63	59	32	8	66	33	56	42	40	42	18
De \$75000 EN ADELANTE	-	-	63	26	10	69	30	62	37	36	48	16
<b>SIT. FINANCIERA FAMILIAR</b>												
Mejor	30	70	37	55	7	86	14	-	-	24	62	14
Igual	51	49	46	47	7	50	50	-	-	41	41	18
Peor	77	23	66	25	8	15	85	-	-	61	14	25
Este	51	47	47	42	9	53	47	50	49	47	35	18
Medio Oeste	48	50	51	41	7	58	41	52	47	42	37	21
Sur	54	45	52	44	3	64	36	58	41	42	43	16
Oeste	46	51	53	34	10	61	38	52	46	44	34	22
Republicano	9	90	86	9	4	92	7	91	8	10	73	17
Independiente	43	54	55	30	12	63	36	55	43	38	32	30
Demócrata	77	22	26	67	6	25	74	17	82	77	10	13
Liberal	71	26	25	60	11	28	70	18	81	68	14	18
Moderadp	51	48	49	42	8	53	47	49	50	48	31	21
Conservador	29	70	73	23	4	82	17	80	19	18	65	17
Empleado	47	51	54	37	7	60	39	56	43	42	38	20
Estudiante	-	-	-	-	-	52	47	44	54	50	35	15
Desempleado	65	34	39	51	8	32	67	37	62	56	24	20
Ama de casa	-	-	-	-	-	62	38	58	41	36	45	19
Retirado	-	-	-	-	-	60	40	50	49	51	36	13
First Time Voters	-	-	-	-	-	61	38	51	47	48	30	22

Los candidatos demócratas tienden a recibir más el voto de las personas de raza negra o de origen hispánico, y de quienes profesan la religión judía. La mayoría de las personas que tienen algún tipo de relación con sindicatos, quienes perciben ingresos bajos, tienen menor nivel educativo o se encuentran desempleados votan por los demócratas. Quien vota por el partido demócrata tiende a definirse a sí mismo como liberal. Así desde 1988, los estudiantes se han inclinado más por el este Partido.

Los republicanos tienden a ser personas de raza blanca, protestantes, personas con altos niveles de ingreso y quienes se definen a sí mismos como conservadores, y *white born-again christians*.. Desde 1984 -cuando se incluyó la opción- las amas de casa han tendido a votar más por los candidatos republicanos. En 1992 se incluyó por primera vez la opción de origen asiático, la mayoría de ellos votó por George Bush.

Independientemente del partido político que esté en el poder, la percepción de la situación económica personal parece influir el voto de las personas siempre en el mismo sentido. Quienes sienten que han mejorado económicamente votan por el candidato que intenta reelegirse, Gerald Ford en 1976, James Carter en 1980, Ronald Reagan en 1984 y George Bush en 1992<sup>28</sup>. Por el contrario, quienes sienten que su situación económica ha empeorado tienden a votar más por el candidato opositor, Carter en 1976, Reagan en 1980, Mondale en 1984, William Clinton en 1992.

---

<sup>28</sup> Esta pregunta no se hizo en el *exit poll* nacional de 1988.

### 1.2.3.2.- Análisis de la elección de 1992

Según los artículos publicados en el New York Times basados en el *exit poll* del *Voters Research and Surveys*<sup>29</sup>, Bill Clinton recuperó a los demócratas que se habían ido con Ronald Reagan desde 1980 y que habían permanecido con Bush en 1988, penetró además en lo que había sido electorado republicano, los suburbios y los votantes que se autoclasifican como moderados o independientes. Más de la mitad de los Demócratas que dijeron haber votado por Bush en 1988, votaron por Clinton en 1992 (ver tabla 1.3.2). Al mismo tiempo Clinton conservó a los grupos tradicionalmente demócratas, obtuvo tres cuartas partes del voto de personas de raza negra. Al igual que en las dos últimas elecciones presidenciales, el candidato demócrata también ganó más de la mitad de votaron por primera vez, incluyendo estudiantes y los jóvenes.

TABLA 1.3.2  
**¿Por quién votó en las elecciones presidenciales de 1988?**

	TODOS	CLINTON	BUSH	PEROT
George Bush	53	25	84	56
Michael Dukakis	27	51	4	17
Someone else	2	3	0	3
No votó	15	16	10	21

"Fuente: Resultados finales *exit poll* 1992. VRS"<sup>30</sup>

George Bush también perdió terreno entre las mujeres. Mientras que en 1988 el voto femenino se dividió por partes iguales entre Bush y Dukakis, en 1992 aproximadamente la

<sup>29</sup> En esta sección se utilizaron artículos publicados por el New York Times: R. W. Apple Jr., *The Economy's Casualty*, noviembre 4, 1992. Jeffrey Schmalz, *Clinton Carves Wide and Deep Path Through Heart of Reagan Country*, noviembre 4, 1992. pp. B1 y B4. Alison Mitchell, *Finally, the Economy Was What Mattered Most.*, noviembre 4, 1992.

<sup>30</sup> Documento final del VRS. Información proporcionada por Mike Kagay, director de Opinión Pública de The New York Times.

mitad de las mujeres votaron por Clinton, solo una tercera parte para Bush y el resto para Perot.

Votó por Bush menos de la mitad de los votantes de altos ingresos (75,000 dólares al año o más), normalmente republicanos. Como era de esperarse Bush obtuvo el apoyo de más de la mitad de quienes sentían que su situación financiera era mejor hoy que hace cuatro años.

**Impacto de la economía.-** Más de dos terceras partes de los votantes calificó el estado de la economía como "no tan bien" o "mal", la mayoría de ellos votó por Clinton. La economía y los empleos fueron citados por los votantes como los temas que más les importaron al decidir sus votos.

TABLA 1.3.3  
Comparada con hace 4 años, ¿cómo es la Situación financiera de su familia?

	TODOS	CLINTON	BUSH	PEROT
Mejor	24	13	40	18
Igual	41	38	46	37
Peor	34	47	13	44

¿Usted cree que la condición de la economía del país es...?

	TODOS	CLINTON	BUSH	PEROT
Excelente	1	1	1	1
Buena	18	7	40	9
Regular	47	46	47	49
Mala	32	48	10	40

¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con la forma en que George Bush ha manejado la economía?

	TODOS	CLINTON	BUSH	PEROT
Acuerdo	9	3	20	1
Acuerdo en/p	36	4	56	17
Desacuerdo	24	24	20	31
Muy desac.	40	68	3	50

Fuente: Resultados finales exit poll 1992. VRS

**Ross Perot.-** Existía el temor entre Demócratas y Republicanos de que Perot dividiría las elecciones en algunos estados, el *exit poll* demostró sin embargo que una elección con sólo dos candidatos no hubiera cambiado los resultados.<sup>31</sup> Sin embargo, un área donde afectó a Bush fue entre aquellos que se autodenominan Conservadores. Según las encuestas, Bush ganaba con amplio margen ese voto, el 1988 un 80% de ellos votó por él. Este año Perot obtuvo cerca del 20% de esos votos.

**El cambio.-** En un año en que los Republicanos intentaron hacer de la experiencia, el carácter y la confianza los temas centrales de su campaña, los votantes indicaron que el tema del cambio -bandera demócrata- era más importante. El cambio fue citado como una de las cualidades que más le importaron a los votantes al decidir su preferencia, lo mencionó la tercera parte de los entrevistados.

**TABLA 1.3.4**  
**¿Cuál de los siguientes, uno o dos temas le importaron más cuando decidió por quien votar?**

	TODOS	CLINTON	BUSH	PEROT
Salud	20	30	10	14
Déficit Nal.	21	18	15	42
Aborto	12	10	18	5
Educación	13	17	8	10
Econ/trabajo	42	50	28	52
M.ambiente	5	9	2	4
Impuestos	14	8	22	13
Pol.exterior	8	1	18	2
Valores fam.	15	7	27	9

**¿Cuál de las siguientes, una o dos cualidades de los candidatos le importaron más cuando decidió por quién votar para Presidente?**

	TODOS	CLINTON	BUSH	PEROT
Experiencia	19	3	43	9
Cambio	36	56	5	52
Cand.mi partido	5	6	6	0
Se preocupa	13	19	0	0
Honestidad	14	5	24	0
Mejor plan	24	32	11	32
Buen juicio	16	3	38	4
Vicepresidente	8	16	3	1
Decidido	14	9	17	21

**Fuente: Resultados finales *exit poll* 1992. VRS**

<sup>31</sup>Desde junio de 1992 un *Exit Poll* mostró que la preferencia por Ross Perot se repartía por igual entre demócratas y republicanos. Ronald Brownstein, Both Parties Favored Perot, *Exit Polls Shows*, en The Los Angeles Times (3 de junio, 1991) p. 1

George Bush se retractó de su promesa de campaña en 1988 acerca de que ya no aumentaría los impuestos. Alrededor de uno de cada cuatro votantes dijo que dicha retractación fue un punto muy importante al decidir por quién votar. Dos terceras partes de ellos votaron por Clinton.

Tres de cada diez votantes dijo que el candidato para vicepresidente fue muy importante en su decisión de voto. Esto benefició únicamente a Bill Clinton.

Los Republicanos hicieron de los valores familiares, uno de sus grandes temas durante el año, sin embargo sólo una sexta parte de los votantes mencionó que dicho tema haya sido importante en su decisión del voto. Esta actitud republicana en contra de familias no tradicionales parece haberle enajenado más votantes de los que atrajo, la actitud contraria le benefició a Clinton.

La mitad de los solteros, la mitad de los padres solteros y más de la mitad de las mujeres que trabajan votaron por Clinton, mientras que sólo una tercera parte de cada uno de esos grupos votó por Bush. Siete de cada diez votantes homosexuales y bisexuales apoyaron a Clinton.

El aborto fue citado como un factor importante de la decisión del voto por sólo uno de cada diez votantes. Más de la mitad de quienes dijeron que el aborto debía ser ilegal en todos los casos o en la mayoría de estos, votó por Bush, mientras que más de la mitad que apoyaban la legalización del aborto votaron por Clinton.

Bush ganó el apoyo de aquellos que van a servicios religiosos por lo menos una vez a la semana, obtuvo la mitad de sus votos. También obtuvo abrumadoramente el voto de los blancos cristianos renacentistas, seis de cada diez de sus votos. Bush no consiguió el

apoyo que esperaba de los católicos, la mitad de ellos votó por Clinton y solo una tercera parte por Bush. El apoyo judío a Clinton fue abrumador, se llevó ocho de cada diez votos judíos mejorando la proporción de seis a diez ganado por Michael Dukakis en 1988.

La esposa de Clinton, Hillary, causó muchas críticas por sus comentarios que fueron tomados como ofensas por las amas de casa, Clinton obtuvo apenas la tercera parte del voto de las amas de casa, cerca de la mitad de ellas votaron por Bush. Alrededor de uno de cada diez votantes se identificaron a sí mismo como amas de casa.

La guerra del Golfo Pérsico que llevó a Bush a niveles históricos de acuerdo con su gobierno (88%), al final sólo fue importante para una cuarta parte de los votantes, la mayoría de los cuales efectivamente apoyo a Bush.

Otro de los puntos fuertes de Bush, la política exterior, fue citado por menos de uno de cada diez votantes como uno de los temas que más les importara al emitir su voto. El medio ambiente, uno de los temas que Clinton pensó le ayudaría, fue citado por aún menos votantes, uno de cada 20.

Los debates televisados parecen haber favorecido a Clinton quien ganó la mitad de los votos de aquellos quienes los consideraron importantes, el resto se dividió entre Bush y Perot, quien se benefició del aumento de las encuestas después del tercer debate.

### 1.3.- LOS *EXIT POLLS* EN EL REINO UNIDO

Los *exit polls* han sido utilizados en el Reino Unido desde hace varios años, sobre todo para predecir los resultados de elecciones intermedias. Con motivo de las elecciones generales de 1987 la empresa Harris Research Centre y la ITN condujeron un *exit poll* para la cadena televisiva ITV. La estimación que transmitió la ITV la noche de la elección le daba una mayoría de 68 curules a los Conservadores. El *exit poll* subestimó el resultado real, el partido Conservador obtuvo una mayoría de 102 curules.

En aquella ocasión la cadena BBC no realizó *exit poll*. La BBC basó su estimación de los resultados de dicha elección en dos métodos: 1) un panel de encuestados en 60 distritos catalogados como 'Tory'; las personas integrantes del panel fueron entrevistadas en tres ocasiones durante la campaña, y 2) una encuesta la noche anterior a la elección conducida por Gallup. Con base en esto la BBC predijo un ligero triunfo del partido Conservador de 26 asientos, una subestimación aún más dramática que la de su competidora. A raíz de este fracaso, la BBC decidió investigar nuevas metodologías para anunciar el resultado correcto de una elección la misma noche de ésta. La primera decisión adoptada fue hacer uso de los *exit polls*.<sup>32</sup>

En este apartado se describe la metodología del *exit poll* realizado por la empresa Harris/ITN en 1987 así como las innovaciones metodológicas llevadas a cabo por la NOP para la BBC que la llevaron a estimar con mayor éxito -basándose en un *exit poll*- el resultado de las elecciones generales de 1992.

---

<sup>32</sup>Nick Moon, *Exit Polls - Developing a Technique* en *Journal of the Market Research Society* v34 no. 3 (1993) p. 257.

### 1.3.1.- Metodologías

#### 1.3.1.1 "Exit Poll de Harris/ITN"<sup>33</sup>

**Diseño de la muestra.-** Se realizaron de hecho dos muestras independientes. Una de 100 casillas para proyectar el resultado de la elección, y otra de 50 casillas para analizar el resultado de ésta. En total se seleccionaron 134 casillas, 16 sirvieron para ambos proyectos. Se levantaron un total de 20,172 cuestionarios, 15,500 para el primer proyecto y 4,500 para el segundo. Finalmente 720 votantes respondieron a una encuesta por correo.

Para la primera muestra la ITN decidió no incluir en la muestra aquellos distritos que se veían claramente ganados para alguno de los partidos ya que ello podría distorsionar los resultados del levantamiento. Decidieron por tanto concentrarse sólo en aquellas curules que eran vulnerables de ser perdidas por los Conservadores. Concretamente se centraron en los 100 distritos que los Conservadores habían ganado en 1983 con un margen menor a 20 puntos porcentuales. Sesenta de ellos eran vulnerables a los Laboristas y 40 a la Alianza. Este cálculo se basó en el presupuesto de que los Conservadores no aumentarían aún más la ventaja alcanzada en las elecciones generales de 1983. En esta encuesta sólo se le pidió a los votantes que marcaran el partido por el que habían votado en una boleta similar a la utilizada en la elección.

---

<sup>33</sup>La siguiente descripción metodológica se basa en el artículo de Robert Waller *The Harris/ITN exit poll: 11 June 1987*", en *Journal of the Market and Research Society*, XXIX, (octubre, 1987) pp. 419-428

La muestra de predicción electoral se seleccionó por estratificación, por marginalidad (mayoría de 20% o menos) y por región después de eliminar a los casos atípicos (como una curul de coalición en 1983 o cuando una curul hubiera tenido una elección extraordinaria entre 1983 y 1987).

Dentro de cada distrito electoral se seleccionó el barrio electoralmente más típico. Y dentro de éste la sección social y electoralmente más típica. Cuando se pudo, se utilizaron las casillas seleccionadas para la muestra del *exit poll* de 1983. Se seleccionaron casillas de reserva dentro de cada sección electoral.

Dado que la primera muestra no era representativa de todo el universo de votantes, decidieron levantar la segunda encuesta para conocer las razones del resultado, las motivaciones del voto, las opiniones acerca de las políticas de los partidos respecto a los diferentes temas relevantes, o la evaluación de la campaña electoral. Se le entregó a los votantes un cuestionario con 20 preguntas además de una boleta electoral de encuesta.

En la muestra de análisis del electorado se utilizaron, siempre que se pudo, las mismas casillas de la muestra utilizada en 1983, sólo en pocos casos fue necesario seleccionar nuevas casillas.

Una vez seleccionadas las casillas se realizó una labor de supervisión para ver qué tan convenientes eran para el levantamiento de la encuesta. Se revisó el número de salidas que tenía la casilla. Cuando existió alguna razón por la que una casilla podría no funcionar, se utilizó la casilla de reserva.

Antes de la elección se le notificó a la policía y al presidente de la casilla de la labor que se llevaría a cabo, y le entregó a los principales partidos políticos una lista de todas las casillas seleccionadas en la muestra.

El número de entrevistas se planeó para obtener doscientas entrevistas bajo el supuesto de que votara el 100% del padrón. De esta manera, en un padrón de 1400 votantes, el intervalo "k" fué de 1 de cada 7 votantes. Dependiendo del tamaño del padrón fue el intervalo en cada caso. De esta forma obtuvieron simultáneamente el porcentaje de participación.

Para la encuesta de análisis del electorado se buscó que fueran 120 entrevistas con un 100% de participación.

**Operativo de Campo.-** En cada casilla trabajaron siete personas. Un recolector, un auxiliar, cuatro entrevistadores, y un relevo. En total 900 personas trabajaron en el operativo de campo.

El recolector era el líder del equipo. Permaneció en la casilla desde las 6:50 A.M. hasta después de transmitir su último informe, después del cierre de la casilla a las 10:00 P.M.. El fue responsable por todos los trabajadores de la casilla. Su función fue checar que estuvieran todos los trabajadores, que siguieran correctamente el intervalo fijado, que los entrevistadores se encontraran a la distancia adecuada. Finalmente se encargaba de transmitir los resultados al centro de recolección de la información de Harris para su captura en las computadoras.

El auxiliar trabajó de 8:30 a 11:30 A.M. y luego de 4:30 a 8:30 P.M. ayudaba a la sustitución de entrevistados cuando rechazaban la entrevista; apoyaba entrevistando durante

las horas pico del levantamiento y reemplazaba a alguno de los entrevistadores que desearan tomarse un descanso.

Existen dos turnos para los entrevistadores, de 7:30 a 2:30 y de 2:30 a 10:00 P.M. Trabajan dos entrevistadores en cada turno, uno experimentado que es quien realiza la encuesta, y otro no necesariamente experimentado, que lleva la cuenta de cuántos votantes van saliendo de la casilla e indica al primer entrevistador la persona seleccionada, según el intervalo, y lleva la cuenta de las entrevistas rechazadas.

La persona que trabaja de relevo se encarga de cubrir salidas nuevas no esperadas.

Las personas que rechazaron la entrevista son sustituidas por individuos del mismo sexo, edad y clase social de la persona que rechazó. Se anota una "S" en el cuestionario y se transmite por separado, sin embargo no se notaron efectos significativos en la estimación. Las sustituciones son los únicos casos en los que se deja a un lado el intervalo fijado.

**Transmisión de datos.-** En el centro de recepción de la información se recibieron los datos recabados en seis ocasiones durante el día. La primera recepción se hizo entre las 10:00 y las 10:30 A.M., la penúltima a las 8:45 de la noche-este fue el último dato contabilizado antes del anuncio de resultados dado por ITN- la última transmisión se hace después del cierre de casillas. En el centro de recepción se dividió al personal entre quienes recibían la información a mano, quienes la clasificaban, quienes capturaban la información en la computadora y finalmente quienes realizaban las operaciones a mano para checar resultados. Al obtener los resultados de cada llamada, se mandaban por fax a ITN junto con el acumulado hasta el momento. Para el proyecto de análisis del electorado se hicieron

nueve transmisiones, la primera a las 9:30 y la última después del cierre de casillas. Un registro aparte se llevó de la participación y de los rechazos.

**Votos por correo.**-Dado el aumento en el voto por correo en Gran Bretaña se decidió representarlos en la muestra. Se obtuvo la lista de quienes votarían por correo en diez de los barrios seleccionados para la muestra. Se les envió la boleta de la encuesta con un sobre pagado de devolución. Respondieron 720 de 1334 boletas que se enviaron (54%). Ellas se ponderaron para darles la adecuada proporción de este tipo de voto en cada distrito electoral. Los porcentajes de preferencia del voto por correo no difirieron del obtenido en las casillas.

**Resultados.**- La encuesta diseñada para el análisis del electorado resultó ser también muy precisa en la predicción del resultado de las votaciones.

	<b>Conservadores</b>	<b>Laboristas</b>	<b>Alianza</b>	<b>Otros</b>
	%	%	%	%
<b>Harris/ITN Exit Poll</b>	42	32	23	3
<b>Resultado Oficial</b>	43	32	23	2

Como ya se mencionó, *el exit poll* produjo una estimación de una mayoría de sólo 68 curules para los Conservadores. La empresa argumentó que la discrepancia con los resultados oficiales se debió a la inusual votación de las Elecciones Generales de junio de 1987; a que algunos distritos y regiones se viraron fuertemente al Laborismo, mientras otras se viraron hacia los Conservadores. También a que aun dentro de las mismas regiones se dio un notable grado de polarización y finalmente, no esperaban ningún triunfo

Conservador, el cual obtuvo ocho curules mas la recuperación de tres curules más en elecciones extraordinarias entre 1983 y 1987. Tampoco ayudó al Laborismo la distribución regional del voto.

#### 1.3.1.2 "Exit Poll BBC/NOP"<sup>34</sup>

Uno de los desarrollos mas interesantes de la NOP es el diseño de una muestra que incorpora las horas de votación. La BBC utilizó 150 horas de entrevistas, la NOP propuso que esa misma cantidad de horas podía usarse encuestando 10 casillas durante 15 horas, 25 casillas encuestando seis horas en cada una, o 50 casillas encuestando tres horas. Dado que el objetivo principal de todo sistema de muestreo es asegurar la máxima cobertura de la máxima variabilidad, aumentar el número de casillas en la muestra aumenta la confiabilidad de los resultados.

La NOP encontró que eran suficientes dos encuestadores por casilla, uno que entrevistara y otro que contara a todos los votantes que salían de la casilla, ésto con dos propósitos, primero, indicar el "k" votante a entrevistar, segundo, calcular la participación durante las tres horas de entrevista para usarse en ponderaciones posteriores. Una inovación respecto al intervalo "k" fue que durante las horas de baja votación, con el fin de no desmoralizar a los encuestadores, decidieron bajar el número y después este resultado se ponderaría para igualarlo al "k" normal.

---

<sup>34</sup>Los desarrollos metodológicos que se presentan se encuentran en el artículo de Nick Moon y Robin McGregor *Exit polls - developing a technique* en Journal of the Market Research Society. v.34 no.3 1992. pp. 257-268.

Después de varios *exit polls* en elecciones extraordinarias observaron que consistentemente sobrerrepresentaban el voto Laborista en detrimento del Conservador. Partiéndolo de la hipótesis de que el error se encontraba en el índice de rechazos, realizaron una encuesta donde efectivamente descubrieron que los Conservadores afirmaban con mayor frecuencia que se negarían a ser entrevistados el día de la elección. Después de varios experimentos encontraron que entregando la encuesta al entrevistado donde éste marcaría su preferencia electoral en secreto y la depositaría en una urna, es decir, respetando la confidencialidad de su voto, el sesgo en contra del voto Conservador desapareció.

Después de ocho elecciones extraordinarias en las cuales fueron mejorando su metodología, la NOP llegó a tener un error de sólo 0.5% para cada partido. Al menos para elecciones extraordinarias su metodología resultó confiable.

En las elecciones generales de 1992 la BBC/NOP realizaron dos *exit polls*, uno con fines predictivos en 100 distritos competidos y otro con fines analíticos en 75 distritos nacionalmente representativos. La estimación final dió 305 curules a los Conservadores, nuevamente abajo de los 337 que de hecho alcanzó el Partido Conservador. Ese año la empresa Harris realizó también dos *exit polls* para la ITN; los resultados obtenidos por ellos fueron similares a los de la NOP/BBC.

Si bien la NOP/BBC no han logrado aún la precisión esperada a nivel nacional, los desarrollos metodológicos de la NOP dieron resultados notables comparado con las estimaciones de cinco años antes.

### 1.3.2 Análisis de la elección de 1987

Los siguientes comentarios son ejemplos del tipo de análisis del electorado y de la elección -de 1987- que fueron posibles gracias al *exit poll* que para ese efecto realizó Harris para la ITN.<sup>35</sup>

Uno de los hallazgos mas notables fue que el 60% del electorado había decidido por quién votar aún antes de que se llamara a elecciones, esto podría ayudar a explicar por que los Laboristas perdieron la elección a pesar de que un mayor porcentaje de personas (40%) sentían que durante la campaña, Mr. Kinnock fue mejor que Mrs. Thatcher (37%) como líder de partido.

Hubo una apretada mayoría en contra de la representación proporcional (49% a 46%), mientras que un 17% afirmó que votó tácticamente, no por su primera selección de partido.

El 60% de quienes respondieron la encuesta, incluyendo al 67% de los partidarios de la Alianza, opinaron que la alianza de los Liberales con el SDP funcionaría mejor como un partido integrado.

El 19% de quienes votaron habían adquirido acciones por primera vez en los últimos cuatro años, de éstos, el 53% votó Conservador en junio de 1987, el 27% Alianza y sólo el 17% Laborista.

Los inquilinos prefirieron a los Laboristas que a los Conservadores en una relación de dos a uno; los propietarios de sus casas prefirieron a los Conservadores sobre los Laboristas por un margen similarmente amplio.

---

<sup>35</sup>Waller, Robert. op. cit. pp.426-427.

Sólo el 17% de los votantes dijo que vivía en casas rentadas, la autoridad de vivienda local dice que existe un 25% de personas en esas condiciones. Esto sugiere que debió haberse dado una participación diferenciada en junio, las personas que viven en casas rentadas tendieron a votar menos que los propietarios. Cabe la posibilidad de haber subestimado a los rentistas, pero la precisión de los porcentajes de la preferencia sugiere que no fue ese el caso. Esto pudo haber sido la causa de la sobreestimación que se hizo de los Laboristas en varios distritos y casillas de la muestra, donde predominaban los rentistas que votan consistentemente Laborista (pero que en junio de 1987 no salieron a votar).

#### 1.4 EXIT POLLS EN ESPAÑA

En este apartado se describe la metodología utilizada en España para la realización de *exit polls*. Específicamente se señalan las particularidades metodológicas de tres empresas de opinión que realizan este tipo de operativos en España: Eco-Consulting, Demoscopia y Sygma Dos.

Las tres personas entrevistadas<sup>36</sup> afirmaron que sus respectivas compañías han realizado *exit polls* desde la restauración de la democracia en España, con mucho éxito por cierto. Sin embargo la noche del 6 de junio de 1993 sus estimaciones del resultado de las Elecciones Generales fallaron:

"Aunque ninguno acertó, el sondeo que más se acercó al resultado final (159-PSOE, 141-PP) fue el efectuado ayer por Eco-Consulting, por encargo de las televisiones públicas estatal y autonómicas. Fue el único que desde el comienzo asignó una ventaja sustancial al PSOE, aunque con un techo de 155 escaños. El sondeo de Demoscopia, realizado para la cadena SER, Antena 3 de Radio, Antena 3 TV y Canal Plus manejó una amplia banda que llegó a conceder al PSOE

---

<sup>36</sup> La información de este apartado se obtuvo mediante entrevistas del autor con funcionarios de las tres principales empresas de opinión, las cuales realizaron *exit polls* independientes durante las elecciones generales del 6 de junio de 1993. Las tres personas entrevistadas coincidieron en que no existe ningún artículo publicado acerca de *exit polls* en España.

154 escaños en su parte más alta y 140 en la más baja. Los otorgados al PP se movieron entre 139 y 150.

Dos empresas especializadas en opinión pública, Sigma Dos y Motivación, auguraron una corta victoria del PP. La primera trabajó por cuenta de Tele 5 y la Cadena Onda Cero, mientras la segunda lo hizo por encargo de la cadena COPE y del diario El Mundo.

La primera encuesta de Sigma Dos daba 146 escaños al PP y 143 al PSOE. Una hora después Sigma Dos rectificó (gracias a su conteo rápido). Motivación pronosticaba una ventaja más discreta para el PP, al que atribuyó un escaño más que al PSOE, 146 frente a 145."<sup>37</sup>

### 1.4.1.- Metodologías

#### 1.4.1.1.- *Exit Poll* de Sigma Dos

La empresa Sigma Dos levantó dos *exit polls* con muestras independientes, la empresa Motivación de hecho es una filial de Sigma Dos.

La muestra fue calculada con base en el último censo de población y con los resultados de la última elección nacional, en este caso fueron las elecciones generales de 1989. Cada una de las muestras se compuso de 250 mesas electorales. Levantaron aproximadamente un promedio de 2000 entrevistas por provincia, son un total de 52 provincias, y de 200 por cada mesa electoral. La suma de ambos levantamientos dio un total de 93,000 cuestionarios levantados.

Las únicas preguntas que manejaron fueron sexo, edad, ¿a quién votó en las últimas elecciones? y ¿a quién votó ahora?. El operativo de campo consistió en preguntarle a todos los votantes que se pudiera. No necesitaron estimar la participación ya que ésta se anunció varias veces a lo largo del día, gracias a un sistema de conteo rápido contratado por el gobierno español para conocer el conteo total de votos la misma noche de la elección.

---

<sup>37</sup>"Los sondeos se equivocaron en sus pronósticos electorales" en El País. lunes 7 de junio. p. 9. Los comentarios entre paréntesis son del autor.

Los entrevistadores transmitieron los resultados que llevaban cada hora. A las 7:15 Sigma ya contaba con su estimación final, pero esta fue transmitida hasta las ocho de la noche, hora en que cierran las casillas.<sup>38</sup>

Sigma Dos fue la empresa que más se alejó del resultado verdadero. José Miguel de Elías, Director Adjunto de la empresa, dijo que en las catorce elecciones anteriores donde habían realizado *exit polls* siempre habían acertado. "Argumentó la dificultad de obtener un resultado preciso debido a la asignación de curules,"<sup>39</sup>y a lo cerrados que estuvieron los resultados en algunas provincias.

Varias curules fueron asignadas con un pequeño margen de votos, muy difícil de captar por la encuesta.

Según de José Miguel de Elías, otro motivo por el que fallaron en su estimación fue que, una vez que reciben los datos, generan una matriz compuesta por la preferencia manifestada para el día de la elección contra la preferencia en las últimas elecciones. Con base en dicha matriz ajustan los datos para generar su estimación final. Tienen la percepción de que los simpatizantes por la derecha son más reacios a contestar las encuestas lo que provoca una subestimación del voto por el PP que es necesario ajustar. En esa ocasión les falló el ajuste.

---

<sup>38</sup>Al cierre de las casillas elaboran un conteo rápido. De acuerdo con la ley electoral española el cómputo de los votos en la casilla se hace mencionando en voz alta el resultado de cada papeleta, así, la persona que encuestó a lo largo del día espera a escuchar el resultado de las papeletas que alcance hasta las 8:30 PM o hasta las primeras cien papeletas contabilizadas, de una de las mesas electorales del colegio en el que se instaló. Este resultado se transmite al centro de acopio de la información y se hace público a las nueve de la noche.

<sup>39</sup>En España se utiliza la ley D'honte para la asignación de curules para cada una de las 52 provincias. Esta ley consiste en dividir el total de votos obtenido por cada partido entre dos, tantas veces como sea necesario. Los que obtengan los cocientes mayores reciben las curules que tiene asignada dicha provincia.

#### 1.4.1.2 *Exit Poll* de Demoscopia

Demoscopia realizó una muestra con base en el comportamiento electoral de las mesas de la última elección del mismo tipo. No utilizan la información de elecciones anteriores porque frecuentemente cambian las fronteras de las secciones electorales. Después ajustan la muestra con un coeficiente de ajuste, el cual obtienen de la experiencia de *exit polls* anteriores. Hacen una selección estratificada por el número de habitantes. Por ejemplo, escogen las mesas que mejor representan el resultado de la última elección en el estrato de 50,000 habitantes.

Únicamente preguntan por la preferencia electoral. No hacen más preguntas, porque consideran que el tiempo que se tiene el día de la elección es muy corto como para realizar cualquier tipo de análisis adicional.

Participaron en el operativo 500 entrevistadores más coordinadores provinciales para resolver los problemas que se puedan suscitar. Demoscopia entrevista a una de cada tres o cinco personas, cuidando que no vayan en grupo. Cada entrevistador lleva consigo una identificación y una carta que demuestra para quién están trabajando. Los entrevistadores hacen una llamada de control antes de que abran las casillas. El mismo entrevistador transmite por teléfono al centro de acopio tres veces durante el día. A las doce, a las tres de la tarde -que es cuando mayor número de datos se transmiten- y a las siete de la noche. Realizaron 180,000 entrevistas. Los resultados del *exit poll* se transmitieron a las 8:00 PM, los del conteo rápido a las 9:00 PM.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Los entrevistadores permanecen en las casillas hasta las 8:45 para realizar el conteo rápido. Recolectan la mayor cantidad de información en ese lapso. No utilizan el sistema de las 100 primeras papeletas porque frecuentemente se sesga la información. Si bien los entrevistadores acostumbran pedirles a los funcionarios de casillas que revuelvan las boletas antes de decir el resultado de cada voto en voz alta, muchas veces no les hacen caso y por el contrario primero separan los votos por preferencia partidista y luego dictan montón por montón.

Según Teresa Rodríguez, Directora de Demoscopía, en esta ocasión tuvieron una alta precisión en los porcentajes relativos para cada partido a nivel nacional. Sin embargo fallaron en el cálculo del número de curules que obtendría cada partido. Nuevamente la explicación fue lo cerrado de la competencia en algunos distritos electorales, por ejemplo en Toledo, según comentó Teresa Rodríguez, un diputado cambió de partido por sólo 46 votos. Diferencias tan pequeñas son muy difíciles de detectar mediante un método de muestreo. Otro punto fue que hubo incremento en la participación del ocho por ciento, cinco puntos porcentuales más de lo previsto, ésta se dio debido al empate que se observaba en las encuestas preelectorales. Como estos votantes antes eran abstencionistas, era muy difícil prever su comportamiento. Sin embargo, según ella, los nuevos votantes fueron personas que si bien estaban descontentas con el PSOE, prefirieron votar por él que por el PP, para que hubiera gobernabilidad.

Demoscopia también ha observado que normalmente los simpatizantes del PP tienden a ocultar su preferencia, al rehuir la encuesta. Sin embargo, en esta ocasión también los simpatizantes de PSOE ocultaron su preferencia debido a que era mal visto decir que votarían por ese partido a pesar de ver lo mal que estaba la situación, ésta pudo ser otra de las causas de la fallida estimación. Finalmente, dijo que por esta ocasión cabía la posibilidad de que la muestra hubiera caído en el 4.5% de posibilidad de error que tiene cualquier muestra.

#### 1.4.1.3.- Exit Poll de Eco-Consulting

Su muestra es totalmente diferente al de las otras empresas. La diseñan a nivel de provincia. No utilizan los datos de elecciones previas debido a que, según Miguel Navas, Consejero del Area Comercial y Relaciones Públicas de Eco Consulting, el 50% de los Colegios Electorales cambian sus fronteras, se abren nuevos cada elección. Según él esa es la razón por la que fallaron la predicción las otras compañías de opinión. Ellos basan su muestra en

seis estratos o conglomerados tomando en cuenta variables sociodemográficas del censo de población, por ejemplo, posesión o no de tierra. Utilizan un número aleatorio para seleccionar la mesa electoral a encuestar dentro de cada estrato, se obtiene así una muestra de Colegios para cada estrato. Dado que es una muestra no probabilística, no saben qué margen de error tienen.

Corrigen sus muestras mediante experiencias anteriores. Si por ejemplo en el País Vasco la gente declara más del 10% para el partido Henrri Batasuna, le restan porcentaje. Si en otro, donde se espera mayor votación para el Partido Popular, no se registra, se la aumentan.

Ubican a un solo encuestador por estrato, realizan una entrevista cada dos minutos y medio. Como saben que hay mucha ocultación de votos hacen muchas entrevistas para compensar.

Seleccionaron para la muestra un total de 2,445 mesas electorales, y por tanto tuvieron un igual número de entrevistadores. En total participaron en el proyecto alrededor de 3,000 personas. Realizaron 350,000 entrevistas. Contaron un total de 1,800,000 papeletas en su conteo rápido.<sup>41</sup>

Preguntan ¿A quién votó?. El sexo y la edad la anota el entrevistador. Antes preguntaban también por quién habían votado en la última elección pero afirmaron que no les funciona esa pregunta.

---

<sup>41</sup>Eco Consulting pasó de contar las primeras 50 papeletas, a las primeras 100 y actualmente a todas. Normalmente hay 725 papeletas por mesa. Si el Presidente de la mesa electoral no colabora, no es aleatorio el conteo y la muestra se sesga. Ahora al contar todas las papeletas han aumentado su precisión, sólo que dan su resultado hasta las diez o diez y cuarto de la noche. Lo dan aún sin tener la totalidad de la información, precisan tener por lo menos el 60% de lo escrutado y por lo menos dos casillas por cada uno de los estratos seleccionados.

Los horarios de transmisión de datos son similares a los de Demoscopia. A las nueve de la mañana para informar de la apertura de la casilla. Entre las 11:00 y las 12:00 transmiten el primer avance, luego a las tres de la tarde y a las 6:45 la última. A las ocho de la noche la Televisión anuncia los resultados. El presidente de la mesa electoral le proporciona el porcentaje de participación al entrevistador.

#### **1.4.2 Análisis de las elecciones**

Como era de esperarse, dado que no realizan entrevistas con diversas preguntas a los encuestados, no existe el análisis del votante ni de las causas de la elección. Lo más que podrían describir es la edad y el sexo de la persona y los cambios en la preferencia. Por ejemplo, según el funcionario de Sigma Dos, encontraron que en las elecciones de 1993, la mayoría de quienes se abstuvieron de votar en las últimas elecciones, votaron en 1993 por el PSOE. Sin embargo, esta información no es dada a conocer al público, simplemente la utilizan para estudios internos de las propias empresas de opinión.

## 2.- LOS EXIT POLLS EN MEXICO

El primer *exit poll* en México fué realizado en el año de 1990 durante las elecciones para presidentes municipales en el Estado de México. Se llevaron a cabo *exit polls* en seis de los municipios conurbados con el Distrito Federal<sup>1</sup>. El objetivo fue estimar los resultados y darlos a conocer la noche misma de la elección. A partir de entonces se han realizado una cantidad considerable de operativos para diferentes tipos de elecciones: presidentes municipales, gobernadores y diputados federales. La metodología utilizada ha evolucionado con base en las experiencias y en el estudio de los *exit polls* en otros países del mundo.

El presente capítulo tiene como objetivo presentar la trayectoria de los *exit polls* en México, su desarrollo metodológico, así como las posibilidades de análisis del electorado mexicano que permiten. El capítulo se compone de cuatro apartados: el primero enlista los *exit polls* realizados en México; el segundo, describe la metodología que se ha desarrollado al respecto; el tercero, el contenido temático incluido en cada uno y las limitaciones y consideraciones que no deben perderse de vista respecto de este tipo de mediciones y, por último, el procedimiento seguido en el análisis de la información generada con este tipo de levantamientos.

### 2.1 EXIT POLLS REALIZADOS EN MEXICO

En México se han realizado un total de 31 operativos bajo el esquema de *exit polls*. La única empresa mexicana que ha realizado este tipo de operativos es Opinión Profesional, S.A. de C. V. (OP) En las elecciones federales de 1991 Opinión Profesional trabajó junto con la empresa norteamericana Gallup para la realización de un *exit poll* nacional.

---

<sup>1</sup>Encuesta de Opinión Profesional S.A. en 99 casillas de seis municipios en el Estado de México, en El Nacional, Suplemento, Portada (12 de diciembre, 1990) p.1.

Opinión Profesional ha realizado estos operativos a instancias de clientes periodísticos, radiofónicos o televisivos, interesados en difundir la primicia de los resultados generados mediante estos levantamientos, la difusión de los resultados también han aparecido en artículos de fondo<sup>2</sup>.

Los 31 levantamientos<sup>3</sup> que ha realizado Opinión Profesional se listan a continuación:

Fecha	Lugar de levantamiento	Nivel de resultados	Patrocinador	Muestra
<b>1990</b>				
11 nov	Atizapán	Municipal	XEB	696
11 nov	Chalco	Municipal	XEB	814
11 nov	Ecatepec	Municipal	XEB	1,169
11 nov	Naucalpan	Municipal	XEB	1,189
11 nov	Nezahualcóyot	Municipal	XEB	1,091
11 nov	Tlalnepantla	Municipal	XEB	2,450
25 nov	Mérida	Municipal	Grupo Rivas	2,462
<b>1991</b>				
17 mar	Cuautla	Municipal	XEB	530
17 mar	Cuernavaca	Municipal	XEB	1,888
17 mar	Jiutepec	Municipal	XEB	1,035
17 mar	Jojutla	Municipal	XEB	1,569
17 mar	Temixco	Municipal	XEB	45
17 mar	Tepoztlán	Municipal	XEB	398
17 mar	Tlaltizapán	Municipal	XEB	574
17 mar	Zacatepec <sup>4</sup>	Municipal	XEB	347
7 jul	Nuevo León	Estatal	El Diario de Monterrey	7,458
18 ago	D. F.	Estatal	Gallup-Televisa	9,129
18 ago	Guanajuato	Estatal	Gallup-Televisa	3,291
18 ago	San Luis Potosí	Estatal	Gallup-Televisa	3,285
18 ago	Circunscripciones <sup>5</sup>	Nacional	Gallup-Televisa	25,529

Continúa...

<sup>2</sup> Opinión Profesional, *Conoceremos resultados el mismo día de la elección: Encuesta a la salida de las casillas*, en El Diario de Monterrey (7 de julio, 1991) pp. 1A y 2A. Ibid. Ganó Rizzo. *Coincide encuesta con resultados oficiales de CEE*, (8 de julio, 1991) pp. 1A y 2A. Ibid. *Un éxito la encuesta a la salida de las casillas*, (10 de julio, 1991) p.2A. Luis Medina, *Notas sobre una encuesta*, en Examen (1991) pp. 24-27. *Edomex y Mérida a la salida de las casillas*, en Nexos, 158 (febrero, 1991) pp. 65-67. *El voto en Michoacán*, en Nexos, 176 (agosto, 1992) pp. 81-85.

<sup>3</sup> Adicionalmente Opinión Profesional ha realizado 34 levantamientos denominados "Acopio Inmediato de Resultados Electorales", que consisten en recolectar, de las cartulinas expuestas afuera de las casillas seleccionadas de una muestra la noche de la elección, los resultados publicados, información que se procesa para obtener la estimación de interés.

<sup>4</sup> Este municipio se levantó únicamente con fines metodológicos. Por tanto, no tuvo patrocinador ni se publicaron los resultados correspondientes.

<sup>5</sup> El total de casos incluye las entrevistas estatales levantadas en Guanajuato y San Luis Potosí

1992				
12 jul	Michoacán	Estatal	NRM, Cía Mexicana de Radiodifusión	6,509
12 jul	Chihuahua <sup>6</sup>	Estatal	NRM, Cía Mexicana de Radiodifusión	
2 ago	Durango	Estatal	Núcleo Radio Mil	2,869
2 ago	Mexicali	Municipal	XEB	949
2 ago	Tijuana	Municipal	XEB	732
1993				
7 feb	Baja California Sur	Estatal	Promomedios California, S. A	3,528
7 feb	La Paz	Municipal	Promomedios California, S. A	2,842
7 feb	Comondú	Municipal	Promomedios California, S. A	686
21 feb	Hidalgo	Estatal	XEB	3,372
21 mar	D. F.	D. F.	Pearson - XEB2,	2,635
4 jul	Estado de México	Estatal	Televisa, NRM, Editores ABC Corporación Mexicana de Radiodifusión	5,675

En términos generales, los levantamientos con nivel de resultado municipal se han enfocado a medir las preferencias por presidentes municipales, las de nivel estatal para preferencias por gobernador, y la nacional para medir Diputados Federales y, junto con los estados de Guanajuato y San Luis Potosí así como el Distrito Federal, preferencias para senadores. Adicionalmente en Guanajuato y San Luis Potosí se captaron las preferencias por Gobernador, mientras que en el Distrito Federal fue por Asambleístas. El levantamiento del 21 de marzo fue para medir la participación de la población del Distrito Federal en el plebiscito.

La tabla 2.1 presenta una comparación entre los resultados obtenidos mediante los *exit polls* y los resultados oficiales.

---

<sup>6</sup>Por problemas con las autoridades electorales estatales hubo necesidad de suspender el levantamiento, lo que impidió la culminación del proyecto.

TABLA 2.1

COMPARACION EXITPOLL CON RESULTADOS OFICIALES

	<i>E.POLL</i>	<i>RESULT.</i>	<i>DIFERENCIAS</i>		<i>EXIT POLL</i>	<i>RESULTADOS</i>	<i>DIFERENCIAS</i>
<i>NACIONAL</i>				<i>MICHOACAN</i>			
PAN	62.7	61.5	1.2	PAN	8.7	7.1	1.6
PRI	17.1	17.7	-0.6	PRI	55.5	52.7	2.8
PRD	7.9	8.3	-0.4	PRD	32	36.5	-4.5
OTROS	12.3	12.5	-0.2	OTROS	3.9	3.7	0.2
<i>ATIZAPAN</i>				<i>DURANGO</i>			
PAN	50.8	25.8	25	PAN	25.7	37.1	-11.4
PRI	35.4	51.7	-16.3	PRI	58.4	53.3	5.1
PRD	12.1	12.2	-0.1	PRD	14.5	8.3	6.2
OTROS	1.9	10.3	-8.4	OTROS	1.4	1.3	0.1
<i>CHALCO</i>				<i>VERACRUZ</i>			
PAN	8.1	9.8	-1.7	PAN	3.2	3.3	-0.1
PRI	69.7	64.7	5	PRI	69.9	69.8	0.1
PRD	14.9	13	1.9	PRD	21	14.4	6.6
OTROS	7.3	12.6	-5.3	OTROS	6	12.4	-6.4
<i>ECATEPEC</i>				<i>MEXICALI</i>			
PAN	19.6	18.3	1.3	PAN	49.8	45.1	4.7
PRI	45.7	48.7	-3	PRI	45.9	49.4	-3.5
PRD	18.6	16.1	2.5	PRD	2	2.1	-0.1
OTROS	16.1	16.8	-0.7	OTROS	2.4	3.3	-0.9
<i>NAUCALPAN</i>				<i>TIJUANA</i>			
PAN	25.4	28.8	-3.4	PAN	41.9	47.9	-6
PRI	49	46.7	2.3	PRI	47.4	45.4	2
PRD	14.7	11.3	3.4	PRD	7.7	0	7.7
OTROS	10.9	13.2	-2.3	OTROS	2.9	6.6	-3.7
<i>NEZAHUALCOYOTL</i>				<i>BAJA CALIF.SUR</i>			
PAN	13.8	14.6	-0.8	PAN	43.9	45.8	-1.9
PRI	54.9	50.2	4.7	PRI	54.4	50.9	3.5
PRD	16.3	16	0.3	PRD	0	0	0
OTROS	15	19.2	-4.2	OTROS	1.7	3.3	-1.6
<i>TLALNEPANTLA</i>				<i>LA PAZ</i>			
PAN	23.4	25.9	-2.5	PAN	53.5	53	0.5
PRI	51.5	53.5	-2	PRI	45	43.9	1.1
PRD	16	8.2	7.8	PRD	0	0	0
OTROS	9.1	12.5	-3.4	OTROS	1.5	3.1	-1.6
<i>MERIDA</i>				<i>HIDALGO</i>			
PAN	49.9	48.8	1.1	PAN	7.4	7	0.4
PRI	46.1	48.2	-2.1	PRI	81.3	81.4	-0.1
PRD	1.5	0.2	1.3	PRD	5.7	6.4	-0.7
OTROS	2.5	2.8	-0.3	OTROS	5.6	5.3	0.3
<i>CUAUTLA</i>				<i>ESTADO DE MEXICO (1993)</i>			
PAN	71.2	67.9	3.3	PAN	14.4	18	-3.6
PRI	7.4	8.4	-1	PRI	69.5	63	6.5
PRD	3	3.1	-0.1	PRD	7.4	9	-1.6
OTROS	18.4	20.6	-2.2	OTROS	8.7	10	-1.3
<i>CUERNAVACA</i>				<i>NUEVO LEON</i>			
PAN	63.2	61.9	1.3	PAN	64.5	63.1	1.4
PRI	12.4	10.7	1.7	PRI	32.1	33.1	-1
PRD	15.5	17.2	-1.7	PRD	2.5	2.8	-0.3
OTROS	8.9	10.2	-1.3	OTROS	0.9	1	-0.1
<i>IUTEPEC</i>				<i>GUANAJUATO</i>			
PAN	73.1	67.6	5.5	PAN	53.5	53.1	0.4
PRI	6.1	5.2	0.9	PRI	35.2	35.5	-0.3
PRD	17.2	22.3	-5.1	PRD	8	7.7	0.3
OTROS	3.6	4.9	-1.3	OTROS	3.3	3.7	-0.4

Continúa...

<b>JOJUTLA</b>				<b>SAN LUIS P.</b>			
PAN	78.7	76.6	2.1	PAN	27.7	33	-5.3
PRI	4.3	4.5	-0.2	PRI	72.3	63.7	8.6
PRD	16.3	17.6	-1.3	PRD	0	0	0
OTROS	0.7	1.3	-0.6	OTROS	0	0.4	-0.4
<b>TEMIXCO</b>				<b>TLALTIZAPAN</b>			
PAN	68.2	66.8	1.4	PAN	71.7	76.4	-4.7
PRI	3.7	1.1	2.6	PRI	0	0.3	-0.3
PRD	18.9	22	-3.1	PRD	23.2	19.3	3.9
OTROS	9.2	10.1	-0.9	OTROS	5.1	4	1.1
<b>TEPOZTLAN</b>				<b>ZACATEPEC</b>			
PAN	54.2	53.3	0.9	PAN	76.8	73.6	3.2
PRI	0	0.5	-0.5	PRI	0	0.2	-0.2
PRD	38.2	34.7	3.5	PRD	23.2	24.9	-1.7
OTROS	7.6	11.5	-3.9	OTROS	0	1.3	-1.3

Como puede observarse el grado de precisión de este tipo de encuestas ha sido muy alto.<sup>7</sup>

La única excepción fue el *exit poll* en Atizapán, donde la encuesta arrojó resultados contrarios al oficial. OP hubiera necesitado los resultados de las casillas de la muestra para encontrar dónde estuvo el error, desgraciadamente no fue posible obtenerlos.

## 2.2 METODOLOGIA DE LOS *EXIT POLLS* EN MEXICO<sup>8</sup>

De una manera similar a como se realizan los *exit polls* en otros países, en México este tipo de encuestas cubren varias etapas, se describen a continuación:

- a) Antecedentes del levantamiento
- b) Selección de la muestra
- c) Diseño de cuestionarios
- d) Determinación de la estrategia de Campo
- e) Diseño de Formatos de Levantamiento y Control
- f) Capacitación
- g) Diseño de sistemas de cómputo para procesamiento de la información el día de la elección
- h) Organización de un Centro de Acopio de Información
- i) Codificación y captura de cuestionarios
- j) Validación y limpieza de archivos
- k) Procesamiento y análisis de resultados

<sup>7</sup>Cabe mencionar que los operativos denominados "Acopio Inmediato de Resultados Electorales" tienen un grado de acierto aún mayor. Esto se debe a que la última etapa de la muestra, equivale a un censo de esa casilla, es decir, se tiene la información del resultado de toda la casilla, y no de una muestra aleatoria de ésta. A diferencia de los *exit polls* estos operativos tienen la desventaja de no proporcionar información acerca del electorado, y de que los resultados se obtienen más tarde, ya que el acopio de la información depende de que los funcionarios de casillas terminen el conteo de los votos.

<sup>8</sup>El material para este capítulo proviene de los archivos metodológicos de Opinión Profesional, de manuales de capacitación de los encuestadores, así como de entrevistas con el director de la empresa, Dr. Ricardo Vernon.

En **antecedentes de levantamiento** se determina cuál será el objetivo del levantamiento, los niveles de gobierno que interesa medir, la precisión deseada en los resultados, y el tipo de levantamiento a realizar. Esto condiciona gran parte de cada proyecto.

Además de lo anterior, la **selección de la muestra** requiere que se precise la población objeto de estudio. Está constituida por las personas mayores de 18 años que acudan a las urnas a emitir su voto.

Un punto importante en el proyecto es el cálculo del tamaño de la muestra, pues permite preveer las condiciones de confiabilidad y precisión estadística que se espera obtener del levantamiento. Por ello, el procedimiento de selección se realiza bajo los cánones metodológicos que estipula la teoría del muestreo.

El cálculo del tamaño de una muestra probabilística se hace de acuerdo al parámetro poblacional que se desea estimar, el error que se está dispuesto a aceptar y el porcentaje de muestras (sobre cada 100) que bajo condiciones repetidas generarían estimaciones dentro del rango de error establecido.

Dado que se persigue obtener estimaciones del porcentaje de los votos obtenidos por los partidos mayoritarios contendientes en el proceso electoral, el tamaño de muestra se enfoca a estimar proporciones.

El tamaño de muestra se calcula para obtener estimaciones de los resultados dependiendo del nivel de gobierno que se pretenda medir. La muestra en los diferentes levantamientos se diseña de manera tal que 95 de cada 100 muestras generen estimaciones dentro de los

límites de confiabilidad establecidos.<sup>9</sup>

Para lograr una mejor precisión estadística se forman estratos, es decir, conjuntos de municipios donde el comportamiento electoral es similar. Por ejemplo, un estrato puede reunir municipios donde el PRI ha mantenido en las últimas elecciones porcentajes superiores al 60% de la preferencia, otro estrato sería el conjunto de municipios fuertemente competidos entre el PRI y el PAN, y así sucesivamente. Para ello se realiza lo que se llama un análisis de conglomerados, técnica multivariada que permite identificar grupos homogéneos en una población, sobre variables electorales de interés, para configurar estratos de unidades muestrales.

Con base en esta estratificación, se procede a distribuir la muestra según el número de electores que hayan resultado en cada uno de los estratos identificados. La estratificación permite que todo tipo de variación electoral observada quede contemplada en la muestra.

Dentro de cada estrato, generalmente se realiza un muestreo en varias etapas, es decir, seleccionar primero una muestra de unidades agrupadas, denominadas conglomerados, y posteriormente hacer otra nueva selección de conglomerados, y así sucesivamente hasta seleccionar las que serán las unidades finales objeto de estudio. En el caso particular de los *exit polls*, en la primera etapa se seleccionan conglomerados (por ejemplo, estados en el caso de levantamientos nacionales, municipios en caso de estatales, etc.) con probabilidad proporcional al tamaño<sup>10</sup>. La segunda etapa consiste en seleccionar unidades secundarias, que en muchos de los casos resultan ser las secciones electorales. Se busca

---

<sup>9</sup>Scheaffer, Richard and Mendenhall, William. Elementos de Muestreo. Grupo Editorial Iberoamericana. México, 1987. p. 79

<sup>10</sup>Una selección con probabilidad proporcional al tamaño es aquella en que los conglomerados tienen una probabilidad de selección directamente relacionada con el número de unidades de que se componen. Así, los conglomerados grandes tienen mayor probabilidad de selección que los conglomerados chicos.

que la muestra contenga secciones electorales<sup>11</sup> de todo tamaño, mediante una selección sistemática<sup>12</sup> con probabilidad proporcional a su tamaño.

El día de la elección, en cada una de las casillas previamente seleccionadas, el entrevistador elige al primer votante que sale de la casilla, le aplica la entrevista y, una vez que concluye con él voltea a la casilla, y el votante que va saliendo en ese momento es quien deberá abordar el entrevistador para realizarle la siguiente entrevista. El encuestador repite este procedimiento a lo largo de la jornada electoral. Este procedimiento busca disminuir las posibilidades de selectividad de los entrevistados por parte de los encuestadores. Así, una vez que los votantes hayan emitido su voto, se les aplica un cuestionario que permita conocer características socioeconómicas, de actitudes, el partido al cual acaban de otorgar su voto, las razones de ésta elección y desde 1993, algunas preguntas de opinión.

El procesamiento de la información, la noche de la elección, se somete a dos etapas de **ponderación**. La primera está asociada con la probabilidad de selección de cada una de las casillas en muestra, ya que el diseño de muestreo utilizado consiste, como se dijo antes, de un muestreo en varias etapas, donde la última unidad de muestreo antes del día de la elección es la casilla y, dado que se eligen de manera relativa a su número registrado de votantes, se corrige el peso de selección mediante el inverso de la probabilidad de selección. Esto permite reproducir la información al nivel de total de casillas que componen el universo de estudio. Ahora bien, dado que al interior de las casillas se hace una selección de individuos el día de la elección, es necesario ponderar los resultados para generar las estimaciones para todos los votantes de cada casilla. La ponderación en esta etapa consiste en considerar el número de personas que votaron por cada partido y grupo de sexo y edad

---

<sup>11</sup>Una sección electoral puede componerse a su vez de varias casillas, una de las cuales se denomina básica. Cuando es el caso, para exit poll se trabaja en la casilla básica, por ser la que el día de la elección tiene pocas o nulas posibilidades de no operar.

<sup>12</sup>Se dice que una selección es sistemática si se elige 1 de cada k elementos, a partir de una número aleatorio entre 1 y k, denominado arranque aleatorio.

correspondiente, respecto del total de personas de los distintos grupos de sexo y edad que acudieron el día de la elección a emitir su voto. Con ello se busca controlar algún sesgo de selectividad que pudieran haber involucrado los encuestadores. La combinación de estos ponderadores permite generar los resultados que finalmente se publican como estimaciones estadísticas finales.

Cabe mencionar que, si bien dentro del tamaño de muestra se contempla una cantidad de entrevistas debida a no respuesta, también se prevee la posibilidad de que alguna casilla no pueda levantarse ya sea por inaccesibilidad física, no apertura de la casilla el día de la elección, o imposibilidad de trabajar en alguna por problemas con las autoridades de casilla. Por este motivo Opinión Profesional ha diseñado un mecanismo que, en paralelo a la selección de la muestra elige hasta dos casillas sustitutas. Los criterios de sustitución son seriamente cuidados a fin de no distorcionar, en la medida de lo posible, el esquema de muestreo planteado desde un principio.

El **diseño del cuestionario** ha sufrido modificaciones a lo largo de la experiencia. Dada la importancia que tiene el cuestionario en el presente estudio, se abordará con detalle en la siguiente sección de este capítulo.

La **estrategia de campo** contempla varias etapas: una vez seleccionada la muestra se ubican geográficamente las casillas. Se hacen visitas previas al lugar donde se ubicarán esas casillas, a fin de elaborar croquis que permitan a los encuestadores llegar a su lugar de trabajo sin contratiempos. Para cada casilla se señalan los medios de acceso, teléfonos públicos, hospedaje si es necesario, y lugares donde los encuestadores puedan entrar al baño ya que permanecerán durante toda la jornada electoral el día de la elección.

Adicionalmente, se elaboran rutas constituidas por conjuntos de casillas relativamente

cercanas. Estas rutas son utilizadas por los supervisores de los encuestadores, quienes se encargan de ubicar a los encuestadores antes de las ocho de la mañana el día de la elección, de entregarles refrigerios durante el día, y de recoger los cuestionarios de entrevistados que van acumulando los encuestadores. Finalmente, son los encargados de transmitir -por vía telefónica-la información recopilada al centro de acopio de OP.

Con el fin de que el entrevistado no sienta que se viola la confidencialidad de su voto, y disminuir los porcentajes de no respuesta<sup>13</sup>, se solicita al encuestador que sea él mismo quien anote en el cuestionario el partido por el cual votó, doble el cuestionario, y lo deposite dentro de una caja cerrada que tienen los encuestadores con el logotipo de Opinión Profesional y, cuando ha sido posible, el logotipo de la empresa de comunicación que contrató la encuesta. Además de dicha caja, los entrevistadores portan visiblemente una identificación que los acredita como trabajadores de OP, una gorra con el logotipo de la empresa, y una copia de la carta convenio realizado entre Opinión Profesional y la empresa de comunicación contratante.

Normalmente hay dos entrevistadores por casilla. Uno se encarga de entrevistar a los votantes, el otro se ocupa de llevar el "censo" de votantes, es decir, anota en unas formas especiales el sexo y la edad aproximada de todos los votantes que acuden a la urna. Como ya se dijo, esta información se utiliza posteriormente para ponderar los resultados de dicha casilla. Al llegar a la casilla, el encuestador se presenta a las autoridades de ésta para informarles acerca del trabajo que realizarán. Como se mencionó anteriormente, a diferencia de los métodos descritos para otros países, para seleccionar a los entrevistados

---

<sup>13</sup>En marzo de 1991, OP realizó una encuesta preelectoral en el municipio de Cuautla, estado de Morelos, con dos muestras similares e independientes. En una se preguntó directamente al entrevistado por quién pensaba votar, mientras que en la otra se le solicitaba que él mismo marcara su intención de voto, doblara la hoja y la colocara dentro de una caja cerrada. El nivel de no respuesta descendió 10 puntos en la muestra de cuestionario auto-administrado y con caja, lo que refuerza la hipótesis de confianza en la respuesta del entrevistado.

de cada casilla, OP le indica a sus encuestadores que entrevisten al primer votante que salga de la casilla; al terminar la entrevista deben voltear a la salida de la casilla y entrevistar al primer votante que salga en ese momento. Este método de selección disminuye la posibilidad de que el encuestador decida a quién entrevistar y por tanto pueda sesgar la muestra a sus preferencias. Según la experiencia de OP, en varias elecciones la participación es muy baja -sobre todo durante algunas horas-, si el entrevistador tuviera que esperar un intervalo "k" para realizar la siguiente entrevista, podrían pasar horas sin que realizara ninguna.

El operativo de campo también contempla puestos de coordinadores de campo, que auxilian en caso necesario a encuestadores o supervisores, de haber algún problema respecto del levantamiento. Son también el enlace de emergencia con el Centro de Acopio.

La estrategia de levantamiento va acompañada del **diseño de Formatos de Levantamiento y Control** que permite, a los diferentes puestos de la estructura operativa, tener presente el cumplimiento de las diferentes etapas del levantamiento.

El procedimiento se da a conocer al personal operativo mediante sesiones de **capacitación**. Las sesiones contemplan una explicación detallada del proyecto, se especifican las funciones a realizar por cada uno de los puestos del trabajo de campo, familiarizan al personal con el material de trabajo, indican la forma en que deben ser seleccionados los entrevistados, ejemplifican situaciones que se pueden presentar el día del levantamiento, y proporcionan toda la información para la comunicación con el Centro de Acopio.

Para procesar la información que se recibe en el Centro de Acopio se hace el **diseño de sistemas de cómputo**. Son sistemas que contemplan la captura de información

simultánea a la llamada telefónica de los supervisores o encuestadores, verifican que la casilla pertenezca a la muestra seleccionada, contiene mecanismos de verificación de la información capturada, graban los registros en bases de datos según el levantamiento de que se trate, y procesan información ponderada de acuerdo al diseño de muestreo que se haya definido para la encuesta. El último avance de Opinión Profesional en este campo fue la creación de pantallas que presentan los resultados de la encuesta a lo largo del día y que se actualizan cada dos minutos aproximadamente.

El **Centro de Acopio** debe responder a las necesidades de recepción de información, por lo que las líneas telefónicas se distribuyen según las necesidades de cada proyecto, y se informa de ello al personal de campo durante las sesiones de capacitación. Con esto se asegura que las llamadas entrarán por los canales adecuados.

Todas las actividades anteriores tienen como fin recolectar, recibir, procesar y difundir en el menor tiempo posible, los resultados de las elecciones realizadas.

Al término de la jornada electoral, se recolecta en el centro de acopio el material de campo para realizar la **codificación y captura de cuestionarios**. Esto persigue capturar la totalidad de los cuestionarios y corroborar la calidad de captura realizada directamente en el centro de acopio el día de la elección.

Una vez con la base de datos completa, se realiza un procedimiento de **validación y limpieza de archivos**, con la cual se detectan los posibles errores de codificación y captura que pudieran haberse presentado. Con la confianza de contar con los archivos fidedignos, se procede al **procesamiento y análisis de resultados**, del que se generan los reportes definitivos de resultados. Dada la potencialidad de análisis que se obtiene de esta última etapa, se reservó la cuarta parte de este capítulo para presentar la

metodología de análisis de la información recabada.

### 2.3 CONTENIDO TEMATICO Y ANALISIS DE LOS LEVANTAMIENTOS

Como se indicó en el primer capítulo, los *exit polls* de España incluye en sus cuestionarios sólo preguntas de algunas variables socioeconómicas de los votantes. Esta fue la primera estrategia de alcance de los proyectos de Opinión Profesional. Sin embargo, se observó que era posible abarcar la medición de otro tipo de variables, y por ello, en los *exit polls* realizados durante 1993 ya se incluyeron también preguntas relacionadas con variables de opinión.

Los cuestionarios se levantan en dos etapas: una mediante entrevista directa, donde se pregunta al entrevistado por todas aquellas cuestiones que no son sensitivas y por tanto, no romperían con la sensibilización lograda al inicio de la entrevista. La segunda etapa es cuando se entrega al entrevistado el cuestionario para que él mismo anote sus respuestas respecto del partido por el cual acaba de votar y las razones de por qué votó por él. En el último *exit poll* realizado por OP, llevado a cabo en el Estado de México, además de las preguntas anteriores, se pidió al entrevistado que respondiera él mismo otras preguntas relacionadas con su preferencia electoral.

Cuando un entrevistado no sabe leer o escribir, generalmente él mismo solicita que el entrevistador anote sus respuestas.

En el cuadro siguiente se presenta el contenido que han tenido los cuestionarios de los diferentes levantamientos. Ahí se indica cuándo una pregunta fue por entrevista (E), cuándo por autollenado (A), y cuándo son variables de control (C) que marca el encuestador antes de hacer la entrevista.

TABLA 2.3.1 (1)  
EXIT POLLS EN MEXICO: EVALUACION DEL CUESTIONARIO

LEVANTAMIENTO	Contexto C	Intento C	Acepta		Tipo		Pudo		Ingreso							
			Entrev. C	Cuest. C	votar E	Sexo E	Edad E	Insiunc. E	Activ. E	Puesto E	Ocupación E	Escul. E	fam.mes E	Depend. E	Dec.votar E	Prof.lect. A
1990																
11 nov Atizapán					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
11 nov Chalco					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
11 nov Ecatepec					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
11 nov Naucalpan					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
11 nov Nezahualc.					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
11 nov Tlalnep.					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
25 nov Mérida					x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
1991																
17 mar Cuautla		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Cuernav.		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Jiutepec		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Jojutla		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Temixco		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Tepoztlán		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Tlalúz.		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
17 mar Zacatepec		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
7 jul Nuevo León		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
18 ago D. F.		x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
18 ago Guana.	x	x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
18 ago S.L.P.	x	x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
18 ago Varios edos.	x	x			x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
1992																
12 jul Michoacán		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
12 jul Chihuahua		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
2 ago Durango		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
2 ago Mexicali		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
2 ago Tijuana		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
1993																
7 feb Baja Calif.S.		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
7 feb La Paz		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
7 feb Comondú		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
21 feb Hidalgo		x			x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
21 mar D. F.		x	x		x	x	x	x	x		x	x	x		x	x
4 jul Edo. Méx.					x	x	x	x	x		x	x	x		x	x

TABLA 2.3.1 (B)  
EXIT POLLS EN MEXICO: EVALUACION DEL CUESTIONARIO

LEVANTAMIENTO	Raón prele t.	Sitex. Edo.	Sitex. Pers.	Sitex. Gober. E	Acuer do CSG E	Prefel e. ## A	Prefelec. 1988 A	Autoclaus. Partidista A	Ac. Perm.PRI on Poder A	Preoc.por población E	Exp econ. E	Ac.modi Art 130 E	Ac.modi Art. 27 E	Ac. TL C E	Ac.sta. de Parascu E	Ac.Gob cban x veto E	Ac.DF P.Legisl # E	Ac. DF- Edo. E
1990																		
11 nov		x																
Atizapán																		
11 nov Chalco		x																
11 nov		x																
Icatepec																		
11 nov		x																
Naucalpan																		
11 nov		x																
Nezahualc.																		
11 nov Tlalnep.		x																
25 nov Mérida		x																
1991																		
17 mar Cuautla		x																
17 mar		x																
Cuernav.																		
17 mar Jiutepec		x																
17 mar Jojutla		x																
17 mar Temixco		x																
17 mar		x																
Tepoztlán																		
17 mar Tlaltiz.		x																
17 mar		x																
Zacatepec																		
7 jul Nuevo		x																
León																		
18 ago D. F.		x																
18 ago Guana.		x																
18 ago S.L.P.		x																
18 ago Varios		x																
edos.																		
1992																		
12 jul		x																
Michoacán																		
12 jul		x																
Chihuahua																		
2 ago Durango		x																
2 ago Mexicali		x																
2 ago Tijuana		x																
1993																		
7 feb Baja		x	x	x														
Calif.S.																		
7 feb La Paz		x	x	x														
7 feb		x	x	x														
Comondú																		
21 feb Hidalgo		x	x	x		x												
21 mar D. F.			x	x						x	x	x	x	x	x	x	x	x
4 jul Edo.		x		x	x		x	x	x									
Méx.																		

Se puede observar que durante los primeros levantamientos las preguntas de los cuestionarios se enmarcaban en dos tipos de aspectos: los socioeconómicos y los de preferencia electoral. Con base en los análisis posteriores a cada *exit poll* que realizó OP, se definió la exclusión de ciertas variables y la inclusión de otras, modificaciones que han buscado mejorar la capacidad explicativa de la encuesta en cuanto a las razones por las cuales los votantes deciden apoyar a algún partido. Al igual que en otros países, la motivación de esta búsqueda fue presentar una noticia más completa a los auditorios de los

medios de comunicación.

Cabe señalar que, aún cuando no se indica en el cuadro, cada cuestionario cuenta con variables de control de campo, como son: el estado, el municipio, el distrito y la sección electoral (federal o local según sea el caso), la casilla, el número de ronda del supervisor en que recolectó la información, la hora de entrevista y el folio.

Así mismo, el cuestionario ha sufrido modificaciones en cuanto a formato, como por ejemplo, la inclusión de colores en los logos de los partidos que se presentan en la pregunta de preferencia electoral. Esto con el fin de que el entrevistado identifique, de manera análoga a la boleta electoral oficial, el partido por el cual acaba de votar en la casilla. Esto trajo consigo una complicación, al parecerse el cuestionario a la boleta se prestaba a suspicacias por parte de los entrevistados quienes llegaban a pensar que podían rellenarse urnas, razón por la cual a partir del cuestionario del *exit poll* en Nuevo León se añadió a lo largo de la pregunta de preferencia una leyenda que dice "ESTE CUESTIONARIO NO TIENE NINGUNA VALIDEZ OFICIAL".

El tiempo de entrevista es un factor fundamental, por lo que el cuestionario se ha diseñado considerando que se está entrevistando a una persona en la calle, y por lo mismo la entrevista no puede ser demasiado larga. La mayoría de las preguntas de los cuestionarios son preguntas cerradas, es decir, que contemplan previamente las opciones posibles de respuesta.

## 2.4 METODOLOGIA DE ANALISIS DE LOS *EXIT POLLS*

Este apartado se divide en dos secciones, en la primera se presentan las condicionantes estadísticas para el análisis de los *exit polls*. Es decir, las posibilidades de investigación de este tipo de encuestas basado en la teoría estadística. Se presenta, según el tipo de variables que se obtienen de los cuestionarios utilizados, los análisis válidos que pueden realizarse, y las pruebas estadísticas que pueden aplicarse. Con estas consideraciones en mente, en la segunda sección se presenta la metodología general utilizada para el análisis del electorado mexicano con base en doce *exit polls* realizados entre 1990 y 1993.

### 2.4.1 Condicionantes estadísticas del análisis

Como ya se ha mencionado, el objetivo primordial de un *exit poll* es proporcionar, la noche misma de la elección, una estimación precisa de los resultados electorales realizados ese día. Este es un problema que corresponde a la inferencia estadística, en tanto se busca estimar parámetros<sup>14</sup> de una población.

Al procedimiento de seleccionar una muestra y obtener conclusiones acerca del conjunto original de datos del que se ha extraído la muestra, se le conoce como inferencia estadística<sup>15</sup>. Estas conclusiones se fundamentan en las pruebas de hipótesis que se utilizan para corroborar, revisar o rechazar el planteamiento de una hipótesis acerca de una población bajo estudio. Para decidir el sentido de la conclusión de una prueba de hipótesis se requiere de un procedimiento que permita rechazar o aceptar la hipótesis bajo prueba. Un procedimiento objetivo es aquel que, repetible bajo condiciones similares, permita llegar a conclusiones similares. Este procedimiento se construye sobre la información obtenida con un margen de error que estemos dispuestos a aceptar.

---

<sup>14</sup>Un parámetro es un valor que caracteriza a una población.

<sup>15</sup>Yamane, Taro. Estadística. Ed. Harla. 3a. Edición, México, 1974. p.47

El procedimiento para realizar una prueba de hipótesis cubre varios pasos<sup>16</sup>. Entre ellos, uno de fundamental importancia es la selección correcta de la prueba estadística adecuada a la prueba de hipótesis que interese realizar. En la prueba de hipótesis, la región de rechazo se constituye de aquellos valores posibles tan extremos que, cuando la hipótesis es verdadera, es muy pequeña la probabilidad de que la información levantada genere un valor dentro de esa región.

Cuando se hacen pruebas para hipótesis que asumen algún comportamiento acerca de la naturaleza de la población, se dice que se usan pruebas paramétricas, ya que los supuestos se hacen precisamente sobre los parámetros. Estas pruebas requieren que las mediciones para las que se realicen las pruebas sean con valores verdaderamente numéricos, ya que se realizan operaciones que de no ser valores numéricos distorsionan los datos y disminuyen el valor de la prueba<sup>17</sup>.

Existen por otro lado las pruebas no paramétricas, diseñadas para trabajar con escalas no numéricas, es decir, aceptan mediciones de orden o simplemente con fines clasificatorios. A este tipo de variables se les acostumbra llamar ordinales y nominales respectivamente.

La selección de la prueba de hipótesis requiere tomar en cuenta el tipo de medición de la información captada. Si los datos pueden analizarse con una prueba paramétrica, será preferible hacer uso de ese medio pues generará conclusiones más potentes para rechazar o no rechazar la hipótesis.

---

<sup>16</sup>Según Sidney Siegel, los pasos para una prueba de hipótesis son: formulación de la hipótesis bajo prueba; selección de la prueba estadística adecuada; especificación del nivel de error que se acepta; definición de las regiones bajo las cuales se rechaza o no se rechaza la hipótesis; valoración de la prueba estadística con la información obtenida; y conclusión de la prueba de hipótesis realizada.

<sup>17</sup>Siegel, Sydney. Estadística No paramétrica. Aplicada a las ciencias de la conducta. Ed. Trillas. México, 1990. pp. 1-55

La importancia de la escala de medición estriba en las operaciones admisibles a partir de la información recolectada, y por ello, en la posibilidad de usar una u otra prueba estadística correctamente. Se puede hablar en general de cuatro niveles de medida: nominal, ordinal, de intervalo y de razón. Dado el tipo de información que se recolecta en los *exit polls* fundamentalmente se tienen mediciones nominales u ordinales, por lo que sólo se hará referencia a los dos primeros tipos de medida.

Las medidas nominales son las resultantes de clasificación de objetos, personas o características. Son medidas que permiten dividir a conjuntos en subclases que se excluyen mutuamente, sexo por ejemplo. El tipo de operaciones que permiten son fundamentalmente de conteo de casos según la clasificación resultante. El tipo de hipótesis que se pueden probar son las basadas en la fórmula binomial o en el estadístico ji-cuadrada, del que se derivan diferentes medidas de asociación entre variables nominales o categóricas.

Las medidas ordinales son aquellas que se establecen a partir de relaciones de orden entre cualquier pareja de clases. La diferencia entre las variables ordinales y las nominales es que las ordinales involucran comparaciones relacionales entre las clases, es decir, relaciones de mayor que, menor que e incluso igual que. Las estadísticas de prueba asociadas a este tipo de variables se denominan comúnmente "estadísticas de orden" o "estadísticas de rango". Hay una gran cantidad de pruebas de hipótesis basadas en medidas ordinales, tales como el coeficiente de correlación de Spearman, de Kendal, etc.

A continuación se indica qué tipo de medida tienen las diferentes variables que se han captado mediante los *exit polls*:

<b>Variable</b>	<b>Tipo de medición</b>
•Contexto <sup>18</sup>	Nominal
•Intento <sup>19</sup>	De intervalo <sup>20</sup>
•Aceptación de entrevista	Nominal
•Tipo de cuestionario	Nominal
•Preocupaciones de la población <sup>21</sup>	Nominal
•Expectativas económicas	Ordinal
•Acuerdo con las modificaciones al art. 130	Ordinal
•Acuerdo con las modificaciones al art. 27	Ordinal
•Acuerdo con el TLC	Ordinal
•Acuerdo con la venta de paraestatales	Ordinal
•Pudo votar	Nominal
•Sexo	Nominal
•Edad	Ordinal <sup>22</sup>
•Satisfecho con la gestión del Gobernador	Ordinal
•Acuerdo con la gestión del Presidente	Ordinal
•Tipo de institución de trabajo	Nominal
•Actividad económica	Nominal
•Puesto en el trabajo	Ordinal
•Ocupación	Nominal
•Escolaridad	Ordinal
•Ingreso familiar mensual	Ordinal <sup>23</sup>
•Dependientes económicos	De intervalo
•Cuándo decidió por quién votar	Nominal
•Percepción de la situación económica del Estado	Ordinal
•Situación económica personal	Ordinal
•Preferencia electoral por algún partido	Nominal
•Razón de la preferencia electoral	Nominal
•Acuerdo con que a los gobernantes del DF se elijan por voto de los habitantes	Ordinal
•Acuerdo con que el DF tenga un poder legislativo propio	Ordinal
•Acuerdo con que el DF sea un estado	Ordinal
•Preferencia electoral en 1988	Nominal
•Autoclasificación partidista	Nominal
•El PRI debe seguir gobernando o no	Nominal

<sup>18</sup>Fue una variable destinada a captar el ambiente reinante en la casilla el día de la elección.

<sup>19</sup>Variable utilizada para análisis posteriores de cuántas personas es necesario abordar antes de obtener cada una de las entrevistas efectivas

<sup>20</sup>Es de intervalo ya que son medidas para las que se puede determinar la diferencia que separa dos categorías, con respecto a un origen arbitrario.

<sup>21</sup>Se buscó captar los problemas cotidianos más frecuentes en que piensan los votantes tales como: problemas económicos, sociales, personales, o servicios públicos.

<sup>22</sup>En el sentido estricto, la edad es una variable de razón ya que tiene una referencia directa con el cero, pero la manera en que se trabaja en los exit polls es por medio de categorías ordinales, ya que se trabajan los grupos: 18 a 25 años; 26 a 40 años; 41 a 60 años; y 61 años y más.

<sup>23</sup>Esta variable también es de razón, sin embargo en la encuesta se maneja en razón de intervalos de salarios mínimos.

Con la información recolectada en los *exit polls* se pueden realizar diferentes tipos de análisis. Este trabajo pretende describir lo más posible del electorado, e investigar si entre las variables de la encuesta hay relaciones que describan mejor el comportamiento de los votantes ante la elección de un gobernante o autoridad.

El nivel más simple de resultados corresponde a las frecuencias que consisten en contar el número de casos que corresponden a cada categoría de clasificación, y referenciar su peso relativo respecto del total de casos presentes.

El análisis entre dos o más variables categóricas, puede realizarse desde diferentes perspectivas. Una de ellas es utilizar una prueba que permita probar qué tanto depende una variable de otra, por ejemplo qué tanto depende el voto por un partido de la edad del votante. La prueba ji-cuadrada permite interrelacionar escalas nominales para cualquier número de categorías.

Esta prueba puede utilizarse siempre que se desee evaluar si los casos obtenidos en las celdas de cruces de las variables, difieren o no significativamente de una hipótesis de independencia. Así, supóngase que interesa saber si la preferencia electoral del votante con el género a que pertenecen. La siguiente tabla puede ejemplificar esta situación:

CASOS PORCENTAJE POR RENGLON PORCENTAJE POR COLUMNA PORCENTAJE CONJUNTO	EL PRI SIGA GOBERNAN DO	GOBIERNE OTRO PARTIDO	MARGINAL VERTICAL
MASCULINO	1175 86.8 50.6 43.9	178 13.2 49.9 6.6	1353  50.5
FEMENINO	1146 86.5 49.4 42.8	179 13.5 50.1 6.7	1325  49.5
MARGINAL HORIZONTAL	2321 86.7	357 13.3	2678 100.0

En una tabla cruzada hay tres componentes: los marginales, los condicionales y la conjunta. Los marginales son el porcentaje de casos que corresponde a cada una de las categorías de las variables bajo análisis, se ubican verticalmente en el extremo derecho y horizontalmente hasta abajo en la tabla. Los condicionales son los porcentajes de casos, por renglón o por columna, que hay en cada categoría, dada cada una de las categorías de la otra variable bajo análisis; la conjunta es el porcentaje de cada celda, respecto del número total de casos de la tabla.

Se dice que dos variables son independientes si los porcentajes de los marginales coinciden en magnitud, con los condicionales de las diferentes categorías de las variables. En la tabla anterior se observa que no hay diferencias entre estos valores, por lo que se diría que las variables son estadísticamente independientes entre sí.

Por el contrario, si los marginales difieren de los condicionales, se puede decir que hay una

relación entre las variables. Tal es el caso de la siguiente tabla:

CASOS PORCENTAJE POR RENGLON PORCENAJE POR COLUMNA PORCENTAJE CONJUNTO	EL PRI SIGA GOBERNAN DO	GOBIERNE OTRO PARTIDO	MARGINAL VERTICAL
PAN	52 13.8 4.1 2.5	326 86.2 38.5 15.4	378  17.9
PRI	1175 86.8 92.7 55.6	178 13.2 21.0 8.4	1353  64.0
PRD	11 6.1 0.9 0.5	170 93.9 20.1 8.0	181  8.6
OTROS	29 14.4 2.3 1.4	172 85.6 20.3 8.1	201  9.5
MARGINAL HORIZONTAL	1277 60.0	846 40.0	2113 100.0

Se puede plantear que la disposición a que el PRI siga o no en el poder, tiene que ver con la preferencia partidista del votante.

El estadístico Ji-cuadrada permite hacer una prueba de hipótesis para identificar si entre dos variables hay o no independencia. La prueba tiene como base la hipótesis nula de que entre las variables no hay dependencia, con base en la cual se calcula el número esperado de casos que se tendría en cada celda si la hipótesis fuera cierta. Este número esperado de

casos se compara con los observados. Si la diferencia entre los valores observados y los esperados es pequeña, se puede concluir que las variables captadas son independientes entre sí. Si por el contrario la diferencia entre los valores observados y los esperados es grande puede rechazarse la hipótesis de independencia y plantear entonces que hay una cierta asociación entre las variables que se midieron.

La fórmula para calcular el estadístico ji-cuadrada está dada por

$$X^2 = \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

donde  $O_{ij}$  son las frecuencias observadas, y  $E_{ij}$  las frecuencias esperadas.

La razón de que cada diferencia se divida por el número esperado de casos en cada celda, obedece a la intención de estandarizar las comparaciones, de tal manera que las grandes diferencias no siempre provengan de las celdas con altos valores observados. Se confirma que a mayores diferencias entre los valores observados y los esperados, mayor será el valor de la ji-cuadrada. La ji-cuadrada será cero sólo cuando los valores observados y los esperados sean idénticos. El valor calculado de la ji-cuadrada se compara con los valores teóricos de una tabla de distribución Ji-cuadrada, de tal manera que se observe si cae o no dentro de la región de rechazo. Si quedara dentro de ella, se concluiría que es muy poco probable esperar que, bajo la hipótesis de independencia se hubieran obtenido los valores observados en las celdas.

Vale la pena enfatizar que las frecuencias esperadas se calculan sobre la base del supuesto de que las variables no están relacionadas entre sí, mientras que las frecuencias observadas muestran el grado en que este supuesto se viola.

La ji-cuadrada cuando más sirve entonces para detectar si se viola o no el supuesto de independencia, pero una vez rechazada la hipótesis de independencia, nada dice acerca del grado de relación entre las variables.

Hay diferentes medidas de asociación que permiten medir este segundo tipo de preguntas: ¿cuál es el grado de asociación entre las variables?

Hay varios métodos estadísticos para medir asociación entre variables, pero aquí sólo se mencionarán algunas basadas en la ji-cuadrada; cada una de ellas presenta sus ventajas y desventajas. Considérese por ejemplo la medida conocida como el coeficiente de contingencia., que está dada por:

$$C = \frac{X^2}{X^2 + N}$$

Esta medida toma el valor de cero cuando las variables son independientes, pero el límite superior de C depende del número de renglones y columnas de la tabla sobre la que se calcula el nivel de asociación. Luego entonces, puede resultar difícil interpretar el resultado, a menos que se compare el valor obtenido con respecto al máximo valor que puede tomar C en el caso particular de la tabla que se analice.

Existe la medida denominada T de Tschuprow, definida como:

$$T^2 = \frac{X^2}{N (r-1) * (c-1)}$$

Esta medida tiene el inconveniente de que, a diferencia del coeficiente de contingencia, aun

cuando puede alcanzar el valor de uno, solamente ocurre cuando el número de renglones y columnas son iguales, lo que muy frecuentemente no ocurre en la práctica.

Otra medida es la V de Crámer<sup>24</sup>, denotada por V, y definida como:

$$V^2 = \frac{\chi^2}{N \text{ Min } (r-1, c-1)}$$

donde Min (r-1, c-1) corresponde al valor más pequeño de número de renglones y columnas. Esta medida puede alcanzar el valor uno aun cuando el número de renglones y columnas sea desigual; razón por la cual se prefiere su uso al de T.

Dada la facilidad implícita de interpretación de la medida, se decidió utilizar para esta tesis la correspondiente a la V de Cramer. El cálculo de esta medida, para las dos tablas indicadas arriba resultó ser de 0.0052 para la primera, mientras que de 0.73320 para la segunda. Se observa entonces que la V de Cramer sí coincide con la conclusión planteada anteriormente, además de que permite señalar qué tan fuerte es la asociación entre las variables.

Adicionalmente, se puede probar si el valor de las medidas de asociación mencionadas es estadísticamente significativo. Sin entrar en los detalles de la prueba, se hizo uso de la probabilidad de ocurrencia de los valores calculados; si es alto se diría que bajo la hipótesis nula, es muy probable que se presentara ese nivel de asociación. Por el contrario, si la probabilidad asociada a cada V de Cramer es baja, se dice que es poco probable que ocurra bajo la hipótesis de independencia, por lo que se confirma que sí hay asociación entre las variables. El nivel de significación de las dos tablas ejemplificadas fue, respectivamente, 0.78788 y 0.00001, lo que quiere decir que es altamente probable que no haya relación

---

<sup>24</sup>Blalock, Hubert Jr. *Sotial Statistics* 2nd. Edition McGraw Hill, U.S.A. 1979 p. 303-306

entre las variables, mientras que en la segunda plantea que bajo la hipótesis nula se habría obtenido un valor de V de ese tamaño si no hubiera relación entre las variables.

## 2.4.2 Metodología para el análisis del votante

El estudio del electorado se realizó con base en los siguientes doce *exit polls*:

Lugar	Fecha
<b>Nacional</b>	
República Mexicana	08-91
<b>Estatad</b>	
Michoacán	08-92
Baja California Sur	02-93
Hidalgo	02-93
Edo. de México	02-93
<b>Municipal</b>	
Naucalpan	11-90
Tlalnepantla	11-90
Ecatepec	11-90
Nezahualcóyotl	11-90
Chalco	11-90
Mérida	11-90
La Paz	02-93

Se seleccionaron estos casos por tres razones. Primero, se deseaba tener *exit polls* de tres niveles de gobierno, segundo, se buscó tener casos representativos de distintos escenarios electorales a saber: Michoacán, fuerte presencia del PRD; Baja California Sur, fuerte presencia del PAN; Hidalgo, dominio priista; Estado de México y los cinco municipios conurbados<sup>25</sup>. pluripartidistas; Mérida y La Paz, municipios ganados por el PAN.

<sup>25</sup>Se excluyó del estudio el municipio de Atizapán debido a la diferencia entre los resultados obtenidos por el exit poll y los resultados oficiales, por lo tanto es imposible hablar con certeza acerca del perfil del electorado en ese municipio.

Finalmente, se quiso comparar la potencia de análisis que permitían los cuestionarios anteriores a 1993, y los de ese año, los cuales incluyen mas preguntas de opinión.

Para describir el perfil de los votantes se compararon los resultados socioeconómicos del *exit poll* con los datos socioeconómicos del censo de 1990 para las personas mayores de 18 años. Este análisis busca definir qué grupos socioeconómicos tienden a votar más y cuáles menos.

Para estudiar las características de los votantes de cada partido político se realizaron dos análisis complementarios. El primero busca definir la estructura socioeconómica de los votantes de cada partido, para ésto se comparó la estructura socioeconómica de los votantes de cada partido en todos los *exit polls* del estudio. El segundo análisis pretende definir cómo vota cada grupo social (mujeres, baja escolaridad, altos ingresos, etc.); para ello se comparó la estructura de la votación de cada grupo social entre los diferentes partidos. Para realizar este estudio se utilizó el paquete estadístico SPSS para hacer cruces de todas las variables socioeconómicas por la preferencia electoral.

Para saber correctamente el perfil del electorado de cada partido, se ponderaron los resultados electorales obtenidos mediante la encuesta -y presentados en el primer apartado de este capítulo- por el resultado oficial. Obteniendo así el peso real de las preferencias de cada grupo socioeconómico.

Los resultados se presentan en dos tipos de tablas, por columna y por renglón.

Las tablas por columna se leen verticalmente (ver tabla 2.4.3), los datos nos dicen cómo se distribuyó la votación para cada partido dentro de cada variable socioeconómica. El porcentaje de una variable para determinado partido debe compararse con el porcentaje

obtenido para esa variable en toda la encuesta (el cual aparece en negrillas), ésto con el fin de saber si la preferencia por determinado partido se dio con mayor o menor fuerza en esa variable socioeconómica. Veamos un ejemplo:

TABLA 2.4.3

SEXO  
% POR COLUMNA

	NAC	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	<b>0.08</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.03</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.12</b>	<b>0.18</b>	<b>0.24</b>
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
Masculino	49	54	54	49	53	52	58	51	51	50	46	53
Femenino	51	46	46	51	47	48	42	50	49	50	54	47
<b>PAN - PREF.</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>10</b>
Masculino	50	58	57	42	54	53	60	52	52	49	45	59
Femenino	50	42	43	58	45	46	40	48	48	51	55	41
<b>PRI - PREF.</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>81</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>52</b>	<b>49</b>	<b>57</b>	<b>65</b>
Masculino	46	50	53	46	51	49	56	46	47	45	39	45
Femenino	54	50	48	54	49	51	44	54	53	55	61	55
<b>PRD - PREF.</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>37</b>				<b>11</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>13</b>
Masculino	58	68	58	55				54	60	62	64	61
Femenino	42	32	42	45				46	40	38	36	39

Observemos el caso del municipio de Chalco (extremo derecho de la tabla). En ese municipio el 53% de quienes votaron fueron hombres, contra un 47% de mujeres. Se puede apreciar que ahí hubo una mayor tendencia a votar por la oposición entre los hombres, el 59% de la votación panista y el 61% de la perredista fue masculina. Por el contrario, la votación priista fue mayoritariamente femenina (55%). La preferencia electoral de cada partido se añadió para ubicar a qué porcentaje del electorado nos referimos, por ejemplo, el la votación panista se compuso de un 59% de hombres -como ya habíamos mencionado- sin embargo ese es un 59% de un 10% del electorado que votó por el PAN.

Nótese finalmente que los porcentajes suman 100% al leerse verticalmente.

Las tablas por renglón se leen horizontalmente. Estas tablas nos dicen cómo se repartió el voto de cada variable socioeconómica entre los diferentes partidos. En este caso, el porcentaje para cada variable debe compararse con la preferencia electoral de ese partido en ese lugar. Así puede saberse si determinado grupo social votó más o menos por determinado partido que el promedio de votación para ese partido en el total de la encuesta.

TABLA 2.4.4  
SEXO  
% POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.08	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.03	0.09	0.09	0.12	0.18	0.24
<i>TOTAL ENCUESTA</i>												
Masculino	49	54	54	49	53	52	58	51	51	50	46	53
Femenino	51	46	46	51	47	48	42	50	50	50	54	47
<i>PAN - PREF.</i>	18	18	7	7	46	53	49	29	26	18	15	10
Masculino	18	19	7	6	47	54	50	30	27	18	14	11
Femenino	17	16	7	8	44	51	47	28	24	19	15	9
<i>PRI - PREF.</i>	62	63	81	53	51	44	48	47	54	49	50	65
Masculino	58	58	79	49	49	42	47	43	50	44	43	55
Femenino	65	69	83	56	53	47	50	51	58	53	56	75
<i>PRD - PREF.</i>	8	9	6	37				11	8	16	16	13
Masculino	10	11	7	40				12	10	20	22	15
Femenino	7	6	6	33				11	7	12	11	11

En esta tabla podemos apreciar cómo se distribuyó el voto por género. Regresemos al municipio de Chalco. Se puede observar por ejemplo que si bien el PRI recibió el 65% de la votación total, recibió el 75% del voto femenino. En otras palabras, no sólo la mayoría de la votación priista provino de mujeres (tabla 2.4.4) sino que la gran mayoría de las mujeres votó por ese partido. A manera de contraste, la mayor parte del voto perredista fue

masculino, sin embargo únicamente el 15% de los hombres en Chalco votaron por el PRD. Para sumar 100% se agrega el porcentaje de por ejemplo hombres que votaron por el PAN, con los que votaron por el PRI y los que votaron por el PRD. Cuando no suma 100% se debe a que se excluyó del análisis la votación obtenida por los partidos minoritarios.

Para facilitar la lectura de las tablas se marcó con un sombreado los porcentajes que superaban la media correspondiente y se encuadraron los porcentajes que se encontraban por debajo de la media observada. El criterio para marcar estos excesos fue el siguiente: cuando los porcentajes a comparar eran menores a diez por ciento se marcó el exceso si la diferencia entre el porcentaje observado y el de la media era menor o mayor a dos puntos porcentuales, cuando el porcentaje de la media era mayor a diez por ciento se marcó el exceso si la diferencia mencionada era menor o mayor de tres puntos porcentuales.

Finalmente, hasta arriba de cada columna la medida estadística "V de Cramer" ya descrita. Como se mencionó más arriba, esta medida indica el grado de asociación entre las variables de un cruce determinado. La V de Cramer va de cero a uno, entre más se acerque el número a uno mayor es la asociación que existe entre las variables. En las tablas de ejemplo puede apreciarse que precisamente en Chalco se observa la mayor asociación -la V de Cramer es la más alta, 0.24- entre el sexo de las personas y su preferencia electoral.

### **3.-ESTUDIO DEL ELECTORADO MEXICANO BASADO EN *EXIT POLLS***

Este capítulo se compone de tres secciones. En la primera, se describe el perfil de los votantes en México y las principales características socioeconómicas de los votantes de cada uno de los principales partidos políticos; PAN, PRI Y PRD. En la segunda sección se buscan pistas para entender los ¿por qué? de las preferencias electorales de los mexicanos. En la última sección se investigaron las posibles correlaciones que existen entre las diferentes variables socioeconómicas y las opiniones de los votantes. Este último ejercicio se realizó únicamente para el *exit poll* del Estado de México debido a que es el que contiene mayor número de preguntas de opinión.

#### **3.1 LOS VOTANTES EN MEXICO**

##### **3.1.1 Perfil socioeconómico de los votantes**

Se observan varias constantes en cuanto a, ¿qué grupos sociales tienden más -y cuáles menos- a participar en las elecciones? (ver tabla 3.1.1).

Los hombres, las personas de edades medias -entre 26 y 60 años- y las amas de casa tienden más a ir a votar que otros grupos sociales. Por el contrario, las mujeres, los jóvenes menores de 25 años y los estudiantes tienden a votar menos.

Se observa una tendencia a votar más -aunque no en todos los casos-, entre las personas con mayor nivel de escolaridad.

El ingreso presenta problemas para su interpretación. Consistentemente se observa que las personas con ingresos familiares menores a un salario mínimo votan más que quienes ganan entre uno y tres salarios mínimos, los casos más marcados son los de los municipios de Chalco y Nezahualcóyotl en el Estado de México. Se encontraron dos posibles explicaciones a este comportamiento. Para comprobar la primera explicación, se hizo un cruce entre el ingreso y la ocupación de quienes no trabajan. Se encontró un notable exceso

TABLA 3.1.1  
PARTICIPACION ELECTORAL DE LOS DISTINTOS GRUPOS SOCIOECONOMICOS

	NAL		MEX		HGO		MICH		BCS		LAP		MER		NAU		TLA		ECA		NEZ		CHA													
	C90T.	EDIFC90T.																																		
<b>SEXO</b>																																				
Masculino	48	49	1	49	54	5	52	54	2	47	49	2	49	53	4	50	52	2	47	58	11	48	51	3	48	51	3	52	50	-2	52	46	-6	49	53	4
Femenino	54	51	-3	52	46	-6	48	46	-2	53	51	-2	51	47	-4	50	48	-2	53	42	-11	52	50	-2	52	50	-2	48	50	2	48	54	6	51	47	-4
<b>EDAD</b>																																				
18 - 25	30	24	-6	31	24	-7	28	19	-9	30	20	-9	30	23	-7	30	23	-7	27	18	-9	34	15	-19	32	17	-15	33	17	-16	36	20	-16	30	14	-17
26 - 40	37	35	-2	39	43	4	37	41	4	34	36	2	40	44	4	40	46	5	35	37	1	37	43	6	37	45	8	45	46	1	40	37	-3	44	42	-2
41 - 60	24	31	7	22	27	5	25	29	5	24	30	6	22	26	4	22	25	3	25	31	7	23	31	8	24	30	6	19	29	10	20	35	15	20	33	13
61 - +	10	10	0	7	6	-1	11	11	0	12	13	2	8	7	-1	8	7	-2	13	14	1	7	11	4	8	8	0	3	8	5	4	7	3	5	12	7
<b>ESCOL</b>																																				
Ninguna	15	12	-3	11	10	-1	21	11	-10	16	18	3	8	4	-4	6	3	-3	8	2	-6	8	10	0	7	7	0	8	6	-2	8	9	1	14	9	-5
Prim.incomp.	25	27	2				28	26	-2	33	30	-3	22	15	-6	17	14	-3	23	12	-11	14	22	9	14	18	4	17	18	1	17	22	5	26	33	7
Prim.comp.	21	19	-2	43	44	1	21	24	3	21	15	-6	21	18	-3	20	17	-3	18	16	-2	22	28	6	21	24	3	24	27	3	24	29	5	28	32	4
Sec.incomp.	5	5	0				4	4	0	5	5	0	7	9	1	8	9	0	6	4	-3	6	8	2	7	6	-1	8	6	-2	7	7	0	7	3	4
Sec.comp.	13	12	-1				12	14	2	11	10	-1	15	17	2	16	17	1	14	16	2	18	13	-5	18	18	0	19	18	-1	20	16	-4	16	10	-6
Prep.incomp.	8	5	-3				6	5	-1	6	3	-3	11	7	-4	13	7	-6	14	7	-7	10	5	-5	13	6	-7	11	7	-4	11	5	-6	4	4	0
Prep.comp.	5	8	3	38	35	-3	4	7	2	3	7	4	8	13	5	9	14	4	7	15	9	7	5	-2	8	9	1	6	9	3	7	6	-1	3	6	3
Univ.incomp.	3	5	2				2	4	2	2	3	1	3	9	5	5	10	5	4	8	4	6	4	-2	6	6	0	3	5	1	4	3	-1	1	2	1
Univ.comp.	4	8	4	8	11	3	3	5	3	3	6	3	5	9	4	6	10	3	6	20	13	9	5	-4	7	8	1	3	4	1	3	3	0	1	4	3
<b>INGRESO</b>																																				
0-1 s.m.	28	42	14	21	30	9	41	44	3	32	47	15	17	18	2	16	17	1	25	22	-3	22	40	18	21	30	9	23	32	9	12	50	38	16	65	49
1-3 s.m.	54	40	-14	60	40	-20	48	40	-8	50	38	-13	62	44	-18	62	43	-19	57	44	-14	56	44	-12	57	46	-11	62	49	-13	69	42	-27	73	30	-43
3+ s.m.	18	18	0	18	31	13	7	14	7	17	14	-3	21	37	16	22	38	16	18	33	15	22	16	-6	22	24	2	15	19	4	19	9	-10	11	5	-6
<b>ACTIVIDAD</b>																																				
<b>Economía</b>																																				
Campo	24	28	5				36	36	0						3	3	0	1	2	1	0	2	1	0	2	1	0	1	1	0	1	1	7	31	25	
Industria	22	10	-12				17	7	-10						21	11	-10	34	24	-10	38	31	-7	35	22	-13	28	17	-12	32	21	-11				
Comercio	14	17	3				13	18	5						20	18	-2	15	26	11	17	24	7	19	23	4	23	26	3	19	13	-6				
Construc.	7	7	0				8	6	-2						8	6	-2	6	8	3	5	4	-1	6	5	-1	5	7	2	13	4	-9				
Otros serv.	34	39	5				26	31	5						49	62	13	45	41	-5	40	40	0	40	48	9	43	49	6	29	31	2				
<b>OCUPACION (NO TRAB.)</b>																																				
Ama de casa	65	81	16				69	81	12	70	86	16	63	77	14	58	76	18	59	64	5	58	79	21	57	76	19	62	83	21	59	81	22	70	88	18
Estudiante	18	9	-9				16	5	-11	13	6	-7	20	9	-12	25	10	-15	24	15	-9	27	8	-19	28	9	-19	25	9	-16	27	7	-20	17	5	-12
Jubilado	3	5	2				2	5	3	1	3	1	3	8	5	4	8	4	6	17	11	4	6	2	5	9	4	3	5	2	3	7	4	1	1	0
Desempleado	2	2	0				2	6	4	2	3	1	2	5	2	2	5	2	2	2	0	3	4	1	3	4	1	3	2	-1	3	3	0	3	2	-1
Otro	11	2	-9				11	4	-8	14	3	-11	11	2	-9	11	1	-9	9	3	-6	8	3	-5	8	2	-6	7	2	-5	8	1	-7	9	4	-5

C90=Censo 1990  
T.E.= Total encuesta

de amas de casa en el rubro de quienes ganan hasta un salario mínimo, puede suponerse que las amas de casa no conocen exactamente el ingreso de su esposo y lo subestiman.

Una segunda explicación puede ser que las personas de bajos ingresos no entienden que la pregunta busca medir el ingreso familiar y por tanto declaran su ingreso personal, lo cual subrepresenta al grupo de ingresos de entre uno y tres salarios mínimos. Debido a este problema se prefirió no hacer ninguna interpretación con base en dicha variable.

### 3.1.2.- Características socioeconómicas de los votantes de cada partido.

La tabla 3.1.2 presenta una comparación, para todos los *exit polls* del estudio, de las V de Cramer para cada variable socioeconómica.

TABLA 3.1.2  
ASOCIACION ENTRE VARIABLES Y PREFERENCIA ELECTORAL

	V DE CRAMER											
	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
SEXO	0.08	0.12	0.06	0.06	0.06	0.06	0.03	0.09	0.09	0.12	0.18	0.24
EDAD	0.10	0.05	0.15	0.05	0.06	0.11	0.08	0.06	0.06	0.08	0.09	0.11
ESCOLARIDAD	0.11	0.11	0.08	0.08	0.12	0.15	0.11	0.18	0.13	0.10	0.15	0.17
INGRESO	0.11	0.09	0.08	0.07	0.07	0.10	0.04	0.13	0.12	0.09	0.10	0.09
INSTITUCION	0.09		0.07	0.09	0.13	0.12	0.09	0.09	0.10	0.09	0.15	0.13
TRAB.												
RAMA DE ACT. ECON.	0.11			0.11			0.09	0.09	0.08	0.11	0.13	0.12
A QUE SE DEDICA	0.06		0.07	0.07	0.10	0.15	0.07	0.13	0.12	0.18	0.11	0.31
PUESTO			0.07	0.11	0.13	0.10						
OCUPACION		0.11										

  

0.0-0.15	Baja asociación
0.15-0.20	Asociación
0.20-0.50	Alta asociación
0.5-1.0	Muy alta asociac.

Al observar esta tabla lo primero que se nota es que el grado de asociación entre las diferentes variables socioeconómicas y la preferencia electoral es muy baja. Esto quiere decir que la preferencia por algún partido político no se encuentra directamente determinado

por las características socioeconómicas de las personas. A pesar de ésto, fue posible identificar algunas tendencias generales que nos muestran ciertas características socioeconómicas de los votantes de los diferentes partidos políticos. A continuación se detallan los resultados por variable socioeconómica.

### 3.1.2.1.- Sexo

La preferencia por el PRI tiende a ser ligeramente mayor entre las mujeres que entre los hombres. La preferencia por el PRD tiende a ser marcadamente mayor entre los hombres que entre las mujeres (ver tabla 3.1.3). El PAN también recibe ligeramente mayor cantidad de votos entre los hombres, aunque este comportamiento no es tan consistente como el de los perredistas (ver tabla 3.1.4). El *exit poll* en Chalco es donde más marcadamente se encuentra este comportamiento, mayor tendencia a votar por el PRI entre las mujeres y por la oposición entre los hombres.

TABLA 3.1.3  
**SEXO**  
% POR COLUMNA

	NAC	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	0.08	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.03	0.09	0.09	0.12	0.18	0.24
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
Masculino	49	54	54	49	53	52	58	51	51	50	46	53
Femenino	51	46	46	51	47	48	42	50	49	50	54	47
<b>PAN - PREF.</b>	18	18	7	7	46	53	49	29	25	18	14	10
Masculino	50	58	57	42	54	53	60	52	52	49	45	59
Femenino	50	42	43	58	45	46	40	48	48	51	55	41
<b>PRI - PREF.</b>	62	63	81	53	51	44	48	47	52	49	57	65
Masculino	46	50	53	46	51	49	56	46	47	45	39	45
Femenino	54	50	48	54	49	51	44	54	53	55	61	55
<b>PRD - PREF.</b>	8	9	6	37				11	16	16	18	13
Masculino	58	68	58	55				54	60	62	64	61
Femenino	42	32	42	45				46	40	38	36	39

TABLA 3.1.4  
**SEXO**  
% POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	<b>0.08</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.06</b>	<b>0.03</b>	<b>0.09</b>	<b>0.09</b>	<b>0.12</b>	<b>0.18</b>	<b>0.24</b>
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
<b>Masculino</b>	49	54	54	49	53	52	58	51	51	50	46	53
<b>Femenino</b>	51	46	46	51	47	48	42	50	50	50	54	47
<b>PAN - PREF.</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>10</b>
<b>Masculino</b>	18	19	7	6	47	54	50	30	27	18	14	11
<b>Femenino</b>	17	16	7	8	44	51	47	28	24	19	15	9
<b>PRI - PREF.</b>	<b>62</b>	<b>63</b>	<b>81</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>54</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>65</b>
<b>Masculino</b>	58	58	79	49	49	42	47	43	50	44	43	55
<b>Femenino</b>	65	69	83	56	53	47	50	51	58	53	56	75
<b>PRD - PREF.</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>37</b>				<b>11</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>13</b>
<b>Masculino</b>	10	11	7	40				12	10	20	22	15
<b>Femenino</b>	7	6	6	33				11	7	12	11	11

### 3.1.2.2.- Edad

La edad de los individuos no parece ser un factor importante para definir la preferencia por algún partido político.

TABLA 3.1.5

**EDAD**

% POR COLUMNA

	NAC	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.10	0.04	0.16	0.05	0.06	0.11	0.08	0.06	0.06	0.08	0.09	0.12
<i>TOTAL ENCUESTA</i>												
18 - 25	21	24	19	20	23	23	18	15	17	17	20	14
26 - 40	13	43	41	36	44	46	37	43	45	46	37	42
41 - 60	23	27	29	30	26	25	31	31	30	29	35	33
61 y +	28	6	11	13	7	7	14	11	8	8	7	12
<i>PAN - PREF.</i>												
18 - 25	23	24	22	22	26	28	19	16	16	20	22	13
26 - 40	14	45	48	38	43	47	35	44	50	50	32	45
41 - 60	23	25	19	29	24	21	31	28	27	25	33	28
61 y +	24	6	11	12	6	5	15	12	7	6	13	14
<i>PRI - PREF.</i>												
18 - 25	19	22	18	20	20	18	16	13	16	15	19	10
26 - 40	12	43	39	38	45	44	39	42	43	45	35	43
41 - 60	22	29	31	31	28	29	32	36	32	32	37	34
61 y +	30	7	11	11	8	9	12	11	9	9	8	13
<i>PRD - PREF.</i>												
18 - 25	23	25	26	21				15	24	16	21	23
26 - 40	15	42	43	34				48	44	46	45	41
41 - 60	22	29	25	29				29	26	33	30	27
61 y +	26	5	6	17				9	7	5	5	9

Al observar la estructura de edad de los votantes para cada partido (ver tabla 3.1.5) no se observa ninguna tendencia clara, se percibe apenas una ligera tendencia de los partidos de oposición a recibir más el voto de las personas menores de cuarenta años. Por su parte el PRI tiende a recibir mas votos de los mayores de 40 años.

Al observar la preferencia electoral de los distintos grupos de edad (ver tabla 3.1.6) se nota mayor consistencia en la tendencia mencionada.

TABLA 3.1.6

**EDAD**

% POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	0.10	0.04	0.16	0.05	0.06	0.11	0.08	0.06	0.06	0.08	0.09	0.12
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
18 - 25	21	24	19	20	23	23	18	15	17	17	20	14
26 - 40	13	43	41	36	44	46	37	43	45	46	37	42
41 - 60	23	27	29	30	26	25	31	31	30	29	35	33
61 y +	28	6	11	13	7	7	14	11	8	8	7	12
<b>PAN - PREF.</b>	18	18	7	7	46	53	49	29	26	18	15	10
18 - 25	20	19	8	8	51	63	50	31	25	20	16	9
26 - 40	20	19	8	7	45	55	47	30	29	20	13	11
41 - 60	18	16	5	7	43	45	49	26	23	15	14	9
61 y +	16	17	7	6	43	37	54	32	24	15	27	12
<b>PRI - PREF.</b>	62	63	81	53	51	44	48	47	53	49	50	65
18 - 25	57	60	78	52	44	34	43	40	49	41	48	46
26 - 40	57	62	79	56	52	43	52	45	51	48	47	67
41 - 60	61	66	85	54	54	52	49	53	58	53	53	67
61 y +	66	71	86	45	56	57	43	45	61	57	57	73
<b>PRD - PREF.</b>	8	9	6	36				11	8	16	16	13
18 - 25	9	10	9	37				11	11	15	16	21
26 - 40	10	9	7	34				13	8	16	19	13
41 - 60	8	10	5	35				10	7	18	14	11
61 y +	8	7	4	46				9	7	12	11	10

A pesar de esta tendencia, un mayor porcentaje de personas en cada grupo de edad votó por el PRI en casi todas las elecciones del estudio. Las excepciones son Baja California Sur, un mayor porcentaje de personas menores a 25 años votó por el PAN; La Paz, donde un mayor porcentaje de personas menores de 40 años votó por el PAN; Mérida, más personas de menos de 25 años y de más de 60 votaron por el PAN; Michoacán, un mayor número de personas -46% contra 45%- mayores a 60 años votó por el PRD.

3.1.2.3.- Escolaridad

El PAN recibe más la votación de las personas con nivel educativo de preparatoria o más (ver tabla 3.1.7). Sucede lo mismo, aunque con menor consistencia, con la votación perredista. Por el contrario, el PRI tiende a captar más los votos de personas menos escolarizadas -primaria o menos-.

TABLA 3.1.7  
**ESCOLARIDAD**  
 % POR COLUMNA

	NAC	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.11	0.10	0.08	0.08	0.12	0.15	0.11	0.18	0.13	0.11	0.16	0.17
<i>TOTAL ENCUESTA</i>												
Ninguna	12	10	11	18	4	3	2	10	7	6	9	9
Prim.Incompleta	27		26	30	15	14	12	22	18	18	22	33
Prim.completa	19	44	24	15	18	17	16	28	24	27	29	32
Sec.incompleta	5		4	5	9	9	4	8	6	6	7	3
Sec.completa	12		14	10	17	17	16	13	18	18	16	10
Prep.incompleta	5		5	3	7	7	7	5	6	7	5	4
Prep.completa	8	35	7	7	13	14	15	5	9	9	6	6
Univ.incompleta	5		4	3	9	10	8	4	6	5	3	2
Univ.completa	8	11	5	6	9	10	20	5	8	4	3	4
<i>PAN - PREF.</i>												
Ninguna	7	7	6	9	5	3	1	5	5	4	9	12
Prim.Incompleta	20		21	26	13	11	12	20	13	14	21	30
Prim.completa	18	37	19	18	19	15	18	23	17	26	30	24
Sec.incompleta	6		4	6	9	9	4	9	7	6	6	6
Sec.completa	14		19	12	18	18	16	10	20	18	13	13
Prep.incompleta	6		8	4	7	8	6	8	7	7	5	4
Prep.completa	10	38	10	8	13	15	16	9	11	13	8	7
Univ.incompleta	8		6	5	9	12	8	5	7	6	6	2
Univ.completa	13	19	8	10	8	8	19	11	13	6	2	3
<i>PRI - PREF.</i>												
Ninguna	14	11	12	17	3	3	3	13	8	7	11	9
Prim.Incompleta	31		27	29	17	18	13	24	22	18	25	38
Prim.completa	20	49	25	16	18	20	15	32	27	29	27	33
Sec.incompleta	5		4	5	8	8	4	7	6	6	7	2
Sec.completa	11		14	10	16	15	16	13	17	18	16	8
Prep.incompleta	4		4	4	7	7	7	2	4	7	7	2
Prep.completa	7	33	6	6	13	12	14	3	8	13	4	5
Univ.incompleta	4		4	3	8	7	9	3	5	6	2	1
Univ.completa	6	8	5	7	9	10	20	2	5	6	2	3
<i>PRD - PREF.</i>												
Ninguna	13	8	6	21				6	7	6	5	6
Prim.Incompleta	25		25	31				21	10	22	19	19
Prim.completa	17	37	24	13				28	23	24	27	29
Sec.incompleta	5		4	4				10	5	4	7	3
Sec.completa	11		14	10				15	16	13	20	12
Prep.incompleta	6		9	3				5	9	11	3	10
Prep.completa	9	37	11	7				3	6	8	4	6
Univ.incompleta	5		4	3				7	10	8	5	5
Univ.completa	9	18	2	5				4	13	6	10	10

Este comportamiento se percibe mas claramente al observar la preferencia electoral de lo distintos grupos de escolaridad (ver tabla 3.1.8).

TABLA 3.1.8  
**ESCOLARIDAD**  
 % POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	<b>0.11</b>	<b>0.10</b>	<b>0.08</b>	<b>0.08</b>	<b>0.12</b>	<b>0.15</b>	<b>0.11</b>	<b>0.18</b>	<b>0.13</b>	<b>0.11</b>	<b>0.16</b>	<b>0.17</b>
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
Ninguna	12	10	11	18	4	3	2	10	7	6	9	9
Prim. incompleta	27	44	26	30	15	14	12	22	18	18	22	33
Primaria completa	19		24	15	18	17	16	28	24	27	29	32
Sec.incompleta	5	35	4	5	9	9	4	8	6	6	7	3
Sec.completa	12		14	10	17	17	16	13	18	18	16	10
Prep.incompleta	5		5	3	7	7	7	5	6	7	5	4
Prep.completa	8		7	7	13	14	15	5	9	9	6	6
Univ.incompleta	5	11	4	3	9	10	8	4	6	5	3	2
Univ.completa	8		5	6	9	10	20	5	8	4	3	4
<b>PAN - PREF.</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>29</b>	<b>26</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>10</b>
Ninguna	10	13	4	4	56	49	31	16	19	15	15	14
Prim. incompleta	13	15	6	6	41	40	46	26	19	15	15	9
Primaria completa	16		5	8	48	48	54	23	19	17	16	7
Sec.incompleta	19	19	7	9	48	56	52	34	29	20	14	21
Sec.completa	22		9	9	48	58	51	22	29	19	12	13
Prep.incompleta	23		12	8	47	60	40	42	31	17	14	11
Prep.completa	23		10	8	46	60	52	50	33	26	19	12
Univ.incompleta	28	30	11	12	46	64	45	31	32	22	28	11
Univ.completa	30		11	11	40	46	48	63	43	25	10	7
<b>PRI - PREF.</b>	<b>61</b>	<b>63</b>	<b>81</b>	<b>53</b>	<b>51</b>	<b>44</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>53</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>65</b>
Ninguna	69	72	88	49	43	46	67	65	62	59	64	65
Prim. incompleta	70	70	83	52	57	56	52	52	64	50	57	74
Primaria completa	63		83	57	52	51	45	53	60	52	47	68
Sec.incompleta	60	58	78	59	50	41	48	42	51	54	53	40
Sec.completa	56		78	52	47	40	48	49	50	50	48	55
Prep.incompleta	49		79	60	53	40	50	21	40	44	64	40
Prep.completa	54		75	51	50	38	44	29	49	47	35	53
Univ.incompleta	47	42	77	50	48	31	55	31	43	27	26	37
Univ.completa	48		83	58	51	45	48	23	35	37	22	50
<b>PRD - PREF.</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>37</b>				<b>11</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>13</b>
Ninguna	8	8	4	42				7	9	16	9	9
Prim. incompleta	8	8	6	38				11	5	20	14	8
Primaria completa	8		6	32				11	8	14	15	12
Sec.incompleta	8	10	7	29				15	8	11	17	14
Sec.completa	8		6	37				13	8	11	20	16
Prep.incompleta	12		13	29				11	13	23	11	37
Prep.completa	9		11	39				7	6	13	10	14
Univ.incompleta	10	4	6	36				20	14	28	25	38
Univ.completa	10		2	30				9	14	22	46	37

En general puede decirse que cuando la competencia electoral es baja todos los grupos de escolaridad votan mayoritariamente por el PRI. Al aumentar la preferencia por otros partidos ciertos grupos de escolaridad votan mayoritariamente por la oposición. En Naucalpan un mayor número de personas con escolaridad de preparatoria incompleta o más

votó por el PAN, quienes terminaron la universidad en Tlalnepantla también votaron mayoritariamente por el PAN; por el PRD votó un mayor porcentaje de quienes tenían algunos estudios universitarios en Ecatepec y Chalco, y quienes habían concluido su carrera en Nezahualcóyotl. En Mérida las personas con educación media (salvo el grupo de preparatoria incompleta) votaron en su mayoría por el PAN. Lo mismo sucedió en el municipio de La Paz, quienes tenían niveles educativos de secundaria hasta universidad completa votaron en su mayoría por el PAN.

Es importante recalcar que lo anterior son tendencias generales y no condicionantes de la preferencia de las personas, es decir, no por tener una alta escolaridad se votará por el PAN o el PRD, ni por el PRI si se tiene poca escolaridad. Retomemos otros ejemplos, en Hidalgo el 83% de los universitarios votó por el PRI, en Baja California Sur los universitarios se dividieron por partes iguales en su apoyo al PRI y al PAN mientras que un mayor porcentaje de personas con nula escolaridad votó por el PAN.

#### 3.1.2.4.- Ingreso

La preferencia por el PAN tiende a darse más entre mayor sea el ingreso de las personas (ver tabla 3.1.9), la preferencia por el PRI se da más entre las personas de ingresos bajos. Por el PRD no se observa una tendencia clara; mientras que en los municipios estudiados del Estado de México hubo una mayor propensión a votar por el PRD entre las personas con ingresos familiares entre uno y siete salarios mínimos, en Hidalgo y Michoacán tendieron a votar más por ese partido quienes percibían un salario mínimo o menos.

La estructura de votación por ingreso de los diferentes partidos políticos responde principalmente a la estructura de ingresos de la población del lugar de la elección.

TABLA 3.1.9  
INGRESO

% pPOR COLUMNA

	NAC	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.11	0.09	0.08	0.07	0.07	0.10	0.04	0.13	0.12	0.09	0.10	0.09
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
O-1	42	30	45	48	18	18	22	40	30	32	50	65
1-3	40	40	40	38	45	44	44	44	46	49	42	30
3-7	11	23	11	10	27	28	24	11	17	16	8	5
7 y +	7	8	4	4	10	10	9	5	7	3	1	0
<b>PAN - PREF.</b>												
O-1	28	23	35	36	19	15	19	32	23	30	50	55
1-3	41	34	37	44	45	44	46	41	42	40	37	40
3-7	18	30	19	15	27	31	25	17	22	23	12	4
7 y +	14	13	9	6	9	10	8	10	13	7	2	1
<b>PRI - PREF.</b>												
O-1	47	33	46	48	18	21	24	47	34	31	56	68
1-3	39	41	40	38	46	45	43	43	47	50	39	28
3-7	9	20	10	10	26	24	23	7	14	17	5	3
7 y +	5	6	4	4	10	10	9	3	5	2	1	0
<b>PRD - PREF.</b>												
O-1	42	29	52	51				36	23	33	40	58
1-3	40	40	40	38				51	46	51	48	35
3-7	12	24	9	8				11	23	13	9	7
7 y +	7	7		1				2	8	3	2	0

Veamos por ejemplo la estructura de ingreso de los votantes panistas. El hecho de que en el PAN exista una mayor propensión a recibir los votos de las personas de mayores ingresos no quiere decir que la votación panista se dé predominantemente entre personas de ingresos medios o altos como usualmente se piensa. En la tabla 3.1.9 se observa que en promedio alrededor del 70% de la votación panista proviene de personas cuyos ingresos familiares son menores a los tres salarios mínimos. En el municipio de Chalco, donde el 95% de las personas captadas por la encuesta perciben hasta tres salarios mínimos, el 95% de la votación panista, como era de esperarse, provino de ese estrato socioeconómico; en La Paz, donde el 62% de las personas entrevistadas percibía entre cero y tres salarios mínimos, el

59% de la votación panista provino de ese estrato. Este mismo fenómeno ocurre con la votación de los otros partidos.

Al observar la preferencia electoral en los diferentes grupos formados por nivel de ingreso (ver tabla 3.1.10), nos encontramos con un patrón similar al observado en el análisis del nivel educativo de las personas.

TABLA 3.1.10

**INGRESO**

% POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	0.11	0.09	0.08	0.07	0.07	0.10	0.04	0.13	0.12	0.09	0.10	0.09
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
O-1	42	30	45	48	18	18	22	40	30	32	50	65
1-3	40	40	40	38	45	44	44	44	46	49	42	30
3-7	11	23	11	10	27	28	24	11	17	16	8	5
7-+	7	8	4	4	10	10	9	5	7	3	1	0
<b>PAN - PREF.</b>	18	18	7	7	46	53	49	29	26	19	14	10
O-1	12	14	5	5	47	44	44	23	20	18	14	8
1-3	18	15	7	8	46	54	51	27	24	15	13	13
3-7	28	23	13	11	46	58	50	44	33	25	23	9
7-+	2	31	15	12	44	53	46	58	49	40	24	100
<b>PRI - PREF.</b>	62	63	81	53	51	44	48	46	53	50	50	65
O-1	68	69	82	53	51	51	53	55	61	48	55	68
1-3	61	65	81	53	52	45	47	45	54	51	47	60
3-7	51	56	76	53	49	38	47	28	43	51	32	47
7-+	46	50	80	61	51	44	50	32	38	37	38	0
<b>PRD - PREF.</b>	8	9	6	36				11	8	16	16	13
O-1	8	9	7	38				10	7	16	13	12
1-3	9	9	6	35				13	8	17	19	15
3-7	9	10	7	34				11	11	12	20	19
7-+	8	8		26				4	10	15	38	0

Cuando la competencia electoral no es muy alta todos los grupos de ingreso votan mayoritariamente por el PRI. Al aumentar la competencia electoral estratos de mayor ingreso votan más por la oposición que por el PRI, en particular el PAN en las encuestas del presente estudio. En Tlalnepantla y Ecatepec un mayor porcentaje con ingresos familiares superior a los siete salarios mínimos mensuales votó por el PAN; en Naucalpan votaron más por el PAN quienes percibían ingresos superiores a los tres salarios mínimos;

en Mérida votaron mayoritariamente por el PAN quienes tenían ingresos entre uno y siete salarios mínimos; en La Paz, la mayoría de las personas con ingresos superiores a un salario mínimo votó por el PAN.

En la tabla 3.1.10 se puede observar otro dato interesante. Ya vimos que el PAN no es un partido por el que votan sólo las personas de estrato medio o alto, pues bien, tampoco por el PRD votan solo los pobres como se suele decir. Al menos en los casos de Michoacán y el municipio de Nezahualcóyotl, las personas con ingresos mayores a siete salarios mínimos votaron más por el PRD que por el PAN. De esta manera, sin dejar de notar las tendencias que hemos observado, puede decirse que el ingreso no condiciona la preferencia por algún partido.

#### 3.1.2.5.- Tipo de institución donde trabaja

Se observan algunos patrones al analizar la estructura ocupacional de las personas que votan por los diferentes partidos (ver tabla 3.1.11).

TABLA 3.1.11  
**INSTITUCION DONDE TRABAJA**  
 % POR COLUMNA

	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER		0.07	0.09	0.13	0.12	0.85	0.09	0.10	0.09	0.16	0.13
<i>TOTAL ENCUESTA</i>											
Ninguna		44	45	37	36	34	41	39	41	47	44
Gob.Federal		10	7	21	23	19	9	8	13	10	10
Paraestatal		2	2	2	3	5	3	3	2	3	2
Emp.privada		20	12	21	22	25	31	35	24	25	18
Negocio propio		9	13	10	9	8	11	10	11	10	6
Independiente		16	21	10	8	9	6	4	9	6	20
<i>PAN - PREF.</i>		7	7	46	53	49	29	26	18	15	10
Ninguna	38	49	36	35	35	38	36	40	52	40	
Gob.Federal	10	2	15	18	15	8	8	9	5	4	
Paraestatal	2	1	2	3	5	5	3	4	2	2	
Emp.privada	26	25	24	26	28	33	35	24	24	16	
Negocio propio	13	11	12	11	9	11	12	14	12	13	
Independiente	11	12	10	7	8	5	6	9	6	25	
<i>PRI - PREF.</i>		81	53	51	44	48	47	53	49	51	65
Ninguna	45	46	38	39	32	45	43	42	55	50	
Gob.Federal	10	8	25	27	24	10	8	16	9	9	
Paraestatal	2	2	2	2	5	3	2	2	1	2	
Emp.privada	19	11	17	17	21	27	34	21	22	17	
Negocio propio	8	14	8	7	8	9	9	10	8	4	
Independiente	16	19	9	8	10	6	4	10	5	18	
<i>PRD - PREF.</i>		6	37	3			11	8	16	16	17
Ninguna	38	44	22			40	32	33	30	38	
Gob.Federal	4	7	41			9	13	12	19	9	
Paraestatal	3	2	3			1	3	3	4	4	
Emp.privada	23	10	23			32	37	28	26	23	
Negocio propio	14	14	4			12	10	16	11	8	
Independiente	17	24	7			6	4	8	10	18	

La preferencia por el PAN tiende a darse más entre quienes trabajan en empresas privadas y, aunque con menor consistencia, entre quienes trabajan en un negocio propio.

La preferencia por el PRI es mas fuerte entre las personas que trabajan en el gobierno. No se observa un patrón constante en cuanto a la preferencia por el PRD y el tipo de institución donde trabajan los perredistas.

Al observar la composición de la preferencia electoral de los distintos grupos de actividad económica (tabla 3.1.12), volvemos a encontrar el fenómeno observado en otras variables socioeconómicas.

TABLA 3.1.12  
**INSTITUCION DONDE TRABAJA**  
 % POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.09		0.07	0.09	0.13	0.12	0.09	0.09	0.10	0.09	0.16	0.13
<i>TOTAL ENCUESTA</i>												
Ninguna	44		44	45	37	36	34	41	39	41	47	44
Gob.federal	11		10	7	21	23	19	9	8	13	10	10
Paraestatal	2		2	2	2	3	5	3	3	2	3	2
Emp.privada	17		20	12	21	22	25	31	35	24	25	18
Negocio propio	10		9	13	10	9	8	11	10	11	10	6
Independiente	16		16	21	10	8	9	6	4	9	6	20
<i>PAN - PREF.</i>	<i>18</i>		<i>7</i>	<i>7</i>	<i>46</i>	<i>53</i>	<i>49</i>	<i>29</i>	<i>26</i>	<i>18</i>	<i>15</i>	<i>10</i>
Ninguna	17		6	8	45	51	51	27	24	18	17	9
Gob.federal	15		7	2	33	43	38	25	24	13	7	4
Paraestatal	23		6	4	44	55	47	51	23	28	11	12
Emp.privada	26		9	15	53	64	55	31	26	18	14	9
Negocio propio	17		10	6	57	63	52	29	33	23	18	22
Independiente	11		5	4	49	50	46	26	35	18	14	12
<i>PRI - PREF.</i>	<i>59</i>		<i>81</i>	<i>53</i>	<i>51</i>	<i>44</i>	<i>48</i>	<i>47</i>	<i>53</i>	<i>49</i>	<i>51</i>	<i>65</i>
Ninguna	65		84	54	53	47	46	51	58	50	60	73
Gob.federal	63		86	60	60	53	60	53	51	60	44	62
Paraestatal	51		77	54	51	37	52	42	32	33	23	59
Emp.privada	50		76	50	43	34	41	42	52	44	45	61
Negocio propio	61		73	53	42	35	45	40	47	45	41	47
Independiente	67		83	50	49	47	53	46	51	50	43	58
<i>PRD - PREF.</i>	<i>9</i>		<i>6</i>	<i>37</i>				<i>11</i>	<i>8</i>	<i>16</i>	<i>16</i>	<i>13</i>
Ninguna	7		6	35				11	7	13	11	11
Gob.federal	8		3	35				12	13	16	31	13
Paraestatal	13		9	39				3	8	20	21	29
Emp.privada	10		8	30				12	9	19	17	16
Negocio propio	11		10	38				13	8	23	19	17
Independiente	8		7	42				12	9	13	25	12

Si la competencia electoral es baja, la mayoría de las personas en todas las categorías de actividad económica votan por el PRI. Cuando la competencia electoral es muy alta, Mérida, La Paz, Baja California Sur, las personas que se dedican a determinadas actividades económicas votaron mayoritariamente por la el PAN. En los tres lugares la mayoría de quienes trabajaban en empresas privadas o contaban con un negocio propio votaron por el PAN. En La Paz votaron más por el PAN que por el PRI incluso quienes trabajaban en paraestatales o trabajaban de manera independiente.

### 3.1.2.6.- Rama de actividad económica

No se observan tendencias claras en cuanto a la preferencia por un partido y la rama de actividad económica para la que trabaje el entrevistado. Pareciera existir una ligera tendencia en el panismo a recibir mas votos de las personas que se dedican al comercio. Ni en la composición de la votación priista, ni en la perredista se observan excesos consistentes.

TABLA 3.1.13  
RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA  
% POR COLUMNA

	NAC	MIC	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.12	0.11	0.09	0.09	0.08	0.11	0.13	0.12
<i>TOTAL ENCUESTA</i>								
Campo	29	36	2	2	2	1	1	31
Industria todo tipo	10	7	7	24	31	22	17	21
Comercio todo tipo	16	18	12	26	24	23	26	13
Construcción	6	6	4	8	4	5	7	4
Educación	7	7	9	4	5	7	7	3
Otros servicios	31	25	32	36	35	41	42	28
<i>PAN - PREF.</i>	15	7	49	30	28	19	13	11
Campo	12	14	1	1	1	3	0	43
Industria todo tipo	15	11	8	24	29	20	9	18
Comercio todo tipo	21	27	13	28	26	27	39	11
Construcción	6	6	4	12	4	8	6	2
Educación	6	5	8	5	4	2	5	0
Otros servicios	39	37	31	30	37	41	43	26
<i>PRI - PREF.</i>	66	52	48	44	49	48	43	58
Campo	34	33	3	2	2	1	2	31
Industria todo tipo	8	7	7	24	33	19	18	22
Comercio todo tipo	15	20	10	22	23	23	23	12
Construcción	6	5	4	7	4	5	9	4
Educación	7	7	10	5	5	10	4	2
Otros servicios	29	27	33	40	34	43	44	29
<i>PRD PREF.</i>	8	38	0	12	9	18	21	14
Campo	24	43		3	1	3	0	18
Industria todo tipo	11	6		28	29	26	14	21
Comercio todo tipo	18	15		21	19	21	23	21
Construcción	7	7		6	6	3	6	6
Educación	7	7		4	12	7	11	8
Otros servicios	34	20		39	33	41	46	26

La preferencia de las personas dependiendo del sector de la economía al que se dedica tampoco muestra tendencias contundentes. Sin embargo, se confirma la ligera tendencia de los comerciantes a votar por el PAN; y se apunta cierta tenencia de los campesinos a votar por

el PRI y el PRD. Es interesante señalar que en presencia de competencia electoral, vease la encuesta de Mérida, el PAN obtiene la mayoría de la preferencia del voto de los comerciantes, pero también el de quienes trabajan en alguna industria y el de quienes trabajan en la construcción.

TABLA 3.1.14  
RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA  
% POR RENGLON

	NAC	MIC	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.12	0.11	0.09	0.09	0.08	0.11	0.13	0.12
<i>TOTAL ENCUESTA</i>								
Campo	29	36	2	2	2	1	1	31
Industria todo tipo	10	7	7	24	31	22	17	21
Comercio todo tipo	16	18	12	26	24	23	26	13
Construcción	6	6	4	8	4	5	7	4
Educación	7	7	9	4	5	7	7	3
Otros servicios	31	25	32	36	35	41	42	28
<i>PAN - PREF.</i>	15	7	49	30	28	19	13	11
Campo	6	3	23	13	8	41	0	15
Industria todo tipo	23	11	52	30	26	16	7	9
Comercio todo tipo	19	10	52	33	30	22	19	9
Construcción	14	7	52	44	30	28	10	4
Educación	13	5	44	34	21	6	8	0
Otros servicios	19	10	48	25	29	19	13	10
<i>PRI - PREF.</i>	66	52	48	44	49	48	43	58
Campo	77	48	77	54	63	23	68	57
Industria todo tipo	56	52	46	45	54	41	47	60
Comercio todo tipo	62	57	41	38	47	46	38	55
Construcción	62	42	46	37	47	42	54	58
Educación	67	53	54	46	46	62	21	43
Otros servicios	61	56	51	49	48	50	45	61
<i>PRD PEF.</i>	8	38	0	12	9	18	21	14
Campo	6	45	0	19	7	37	0	9
Industria todo tipo	8	33	0	13	9	21	18	14
Comercio todo tipo	8	30	0	10	7	16	18	24
Construcción	9	45	0	9	15	9	18	21
Educación	7	40	0	10	22	18	33	40
Otros servicios	8	31	0	12	9	19	23	13

### 3.1.2.7.- Puesto que ocupa en el trabajo

No se observan tendencias claras en cuanto a las si el puesto que se ocupe en el trabajo influya en las preferencias políticas de las personas. Esto puede deberse al escaso número de encuestas en este estudio donde aparece esta pregunta. De manera preliminar puede

apuntarse que entre las personas de ingresos altos, los empresarios tienden a votar más por el PAN y quienes ocupan cargos directivos lo hacen más por el PRI. De hecho, en Baja California Sur y La Paz los empresarios y los contratistas votaron mayoritariamente por el PAN.

TABLA 3.1.15  
PUESTO QUE OCUPA EN EL TRABAJO

	% POR COLUMNA				% POR RENGLÓN			
	HGO	MIC	BCS	LAP	HGO	MIC	BCS	LAP
V DE CRAMER	0.07	0.11	0.13	0.10	0.07	0.11	0.13	0.10
<b>TOTAL ENCUESTA</b>								
Empresario	9	12	9	9	9	12	9	9
Directivo	3	3	7	8	3	3	7	8
Contratista	20	24	14	11	20	24	14	11
Profesionista	4	4	6	6	4	4	6	6
Empleado	57	43	59	61	57	43	59	61
Trabajador sin pago	2	6	1	1	2	6	1	1
Otro	4	7	3	4	4	7	3	4
<b>PAN - PREF.</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>54</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>54</b>
Empresario	10	15	10	10	9	8	51	59
Directivo	5	4	6	7	15	8	36	46
Contratista	15	10	17	13	6	3	58	64
Profesionista	5	6	5	6	10	10	39	50
Empleado	57	55	57	60	8	9	44	53
Trabajador sin pago	3	2	1	1	9	3	38	42
Otro	5	7	3	3	9	7	34	54
<b>PRI - PREF.</b>	<b>80</b>	<b>52</b>	<b>50</b>	<b>42</b>	<b>80</b>	<b>52</b>	<b>50</b>	<b>42</b>
Empresario	9	14	9	8	76	60	47	37
Directivo	3	4	8	10	80	61	59	51
Contratista	21	22	12	9	84	49	41	35
Profesionista	4	4	5	6	82	52	47	40
Empleado	57	43	62	63	79	52	52	44
Trabajador sin pago	2	5	1	1	74	49	62	59
Otro	4	6	3	3	74	51	46	40
<b>PRD - PREF.</b>	<b>7</b>	<b>38</b>			<b>7</b>	<b>38</b>		
Empresario	10	10			8	30		
Directivo	0	3			0	29		
Contratista	15	28			5	44		
Profesionista	2	4			3	33		
Empleado	61	41			7	36		
Trabajador sin pago	4	7			10	48		
Otro	8	6			13	32		

### 3.1.2.8.- Actividad de quienes no trabajan

Las amas de casa son el grupo mas grande dentro de la clasificación de aquellas personas que no se dedican a una actividad remunerada, por lo tanto son ellas quienes aportan mayor cantidad de votos a todos los partidos en este rubro. La tabla 3.1.16 muestra que la preferencia por el PRI se da más entre las amas de casa. La preferencia por los partidos de oposición ocurre con mayor frecuencia entre los estudiantes y los desempleados.

TABLA 3.1.16  
ACTIVIDAD DE QUIENES NO TRABAJAN  
% POR COLUMNA

	NAC	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.07		0.08	0.07	0.10	0.15	0.07	0.13	0.12	0.18	0.11	0.31
<i>TOTAL ENCUESTA</i>												
Ama de casa	81		81	86	77	76	21	79	76	83	81	88
Estudiante	10		5	6	9	10	5	8	9	9	7	5
Jubilado	4		5	3	8	8	6	6	9	5	7	1
Desempleado	3		6	3	5	5	1	4	4	2	3	2
Otro	3		4	3	2	1	1	3	2	2	1	4
<i>PAN - PREF.</i>	18		6	8	45	51	49	27	24	18	16	9
Ama de casa	73		79	82	76	71	22	75	77	78	72	89
Estudiante	16		3	10	10	15	5	11	11	16	13	2
Jubilado	6		6	3	7	7	6	9	9	4	10	7
Desempleado	3		10	4	6	6	0	3	2	1	6	2
Otro	4		1	1	2	1	1	3	1	1	0	0
<i>PRI - PREF.</i>	62		84	54	53	47	48	52	58	51	59	73
Ama de casa	85		82	89	78	82	21	84	77	91	85	94
Estudiante	7		5	5	8	4	5	3	7	4	5	2
Jubilado	4		4	2	9	9	5	5	9	3	7	1
Desempleado	2		5	2	4	3	1	5	5	2	2	0
Otro	2		4	2	2	2	1	3	2	0	1	4
<i>PRD - PREF.</i>	8		6	35				11	7	13	10	11
Ama de casa	75		68	83				78	66	60	80	78
Estudiante	14		11	6				15	21	19	10	21
Jubilado	4		5	3				1	7	14	5	0
Desempleado	4		10	4				4	3	2	5	1
Otro	2		7	5				3	3	6	0	0

Salvo en Mérida, la mayoría de las amas de casa vota por el PRI (ver cuadro 3.1.17).

TABLA 3.1.17

ACTIVIDAD DE QUIENES NO TRABAJAN

% POR RENGLON

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
<b>V DE CRAMER</b>	<b>0.07</b>		<b>0.08</b>	<b>0.07</b>	<b>0.10</b>	<b>0.15</b>	<b>0.70</b>	<b>0.13</b>	<b>0.12</b>	<b>0.18</b>	<b>0.11</b>	<b>0.31</b>
<b>Ama de casa</b>	81		81	86	77	76	64	79	76	83	81	88
<b>Estudiante</b>	10		5	6	9	10	15	8	9	9	7	5
<b>Jubilado</b>	4		5	3	8	8	17	6	9	5	7	1
<b>Desempleado</b>	3		6	3	5	5	2	4	4	2	3	2
<b>Otro</b>	3		4	3	2	1	3	3	2	2	1	4
<b>PAN - PREF.</b>	<b>18</b>		<b>6</b>	<b>8</b>	<b>45</b>	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>9</b>
<b>Ama de casa</b>	15		6	7	45	48	50	26	24	17	15	9
<b>Estudiante</b>	27		4	14	49	78	53	38	28	33	28	3
<b>Jubilado</b>	25		9	8	38	41	52	39	26	14	23	51
<b>Desempleado</b>	18		11	11	56	67	34	21	12	10	31	11
<b>Otro</b>	24		2	4	45	48	57	26	13	13	0	0
<b>PRI - PREF.</b>	<b>62</b>		<b>84</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>52</b>	<b>58</b>	<b>51</b>	<b>59</b>	<b>73</b>
<b>Ama de casa</b>	67		85	55	54	50	48	55	59	56	62	77
<b>Estudiante</b>	46		77	46	45	20	45	21	46	20	38	25
<b>Jubilado</b>	58		81	47	63	53	42	42	61	29	61	49
<b>Desempleado</b>	58		72	41	42	30	45	66	81	58	41	8
<b>Otro</b>	59		84	33	55	52	37	55	42	14	60	73
<b>PRD - PREF.</b>	<b>8</b>		<b>6</b>	<b>35</b>				<b>11</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>11</b>
<b>Ama de casa</b>	7		5	34				10	6	9	10	10
<b>Estudiante</b>	10		11	40				20	16	29	14	49
<b>Jubilado</b>	6		6	39				2	6	34	8	0
<b>Desempleado</b>	5		10	42				10	5	15	16	7
<b>Otro</b>	7		11	56				10	7	42	0	0

Sin competencia electoral la mayoría de las personas votan por el PRI, al margen de su actividad (no remunerada). Cuando hay competencia es distinto. La mayoría de lo estudiantes votaron por el PAN en Baja California Sur, La Paz y Mérida. Un mayor porcentaje de estudiantes votó por el PAN en Naucalpan y Ecatepec, y por el PRD en Chalco.

La mayoría de los desempleados votó por el PAN en Baja California Sur y La Paz. El mismo porcentaje de desempleados votó por el PRD que por el PRI en Michoacán. En Chalco el voto de los desempleados se distribuyó entre los partidos pequeños; en este municipio sólo el ocho por ciento de los desempleados votó por el PRI.

### 3.1.2.9 CONCLUSION

Puede concluirse que existe una mayor tendencia a votar por el PRI entre las mujeres, las amas de casa, las personas de escolaridad e ingresos bajos y entre quienes trabajan en el gobierno. Por el PAN tienden a votar más los jóvenes, las personas de escolaridad e ingreso mas altos, quienes trabajan en empresas privadas o tienen un negocio propio, los estudiantes y los desempleados. Por el PRD votan más los hombres, personas con escolaridad mayor a la media, los estudiantes y los desempleados.

Como se observó, el hecho de que existan estas tendencias no implica necesariamente que la mayoría de las personas que cumplan con las características socioeconómicas mas sobresalientes del perfil del electorado de un partido, vote por ese partido. Simplemente indica que existe una relativamente mayor propensión a votar por determinado partido en determinado grupo socioeconómico. En otras palabras son los grupos sociales más receptivos a determinado partido que, en condiciones de competencia electoral tienden a inclinarse con mayor fuerza -y a veces mayoritariamente- por ese partido.

## 3.2.- ANALISIS DE LA OPINION

### 3.2.1.- Introducción

El capítulo anterior demostró que existen algunas tendencias en determinados grupos sociales a votar por determinado partido, ello no es sin embargo una condición suficiente para explicar el comportamiento electoral de los mexicanos; lo más que se puede decir es que el hecho de que una persona tenga determinada edad, escolaridad e ingreso, la hace tener una mayor proclividad que otro tipo de personas a votar por un partido determinado.

Sin pretender llegar a conclusiones definitivas, el presente capítulo pretende demostrar cómo con la incorporación de preguntas de opinión dentro del cuestionario del *exit poll*, es posible encontrar algunas pistas en relación a la pregunta de ¿qué determina la preferencia electoral de los mexicanos?.

Este apartado consta de cinco secciones, en la primera se hace un análisis comparativo de los resultados de la pregunta ¿Cuándo decidió usted por quién votar?. En la segunda se analiza la pregunta abierta de ¿por qué votó usted por ese candidato o partido?. En la tercera parte se investiga para los casos de Hidalgo, Baja California Sur y La Paz, las preguntas de "Comparada con la situación económica que tenía el estado hace un año, ¿cómo diría que es la situación económica actual de su estado, mejor o peor?" y la de "Comparada con la situación económica personal que tenía hace un año, ¿cómo diría que es su situación económica personal actualmente, mejor o peor?". En la cuarta sección se investiga la posible asociación entre la evaluación que hacen las personas de sus autoridades y la preferencia electoral. Finalmente, se analiza a los votantes que siempre votan por el mismo partido con nuevas preguntas.

### 3.2.2.- Cuando deciden su voto los mexicanos

La tabla 3.2.1 demuestra que aproximadamente la mitad de las personas, independientemente del tipo de elección de que se trate, siempre votan por el mismo partido.<sup>1</sup> Este comportamiento es más fuerte entre los simpatizantes del PRI. Por el contrario los simpatizantes de los partidos de oposición tienden más a decidir su voto al conocer a los candidatos o durante el último mes de campaña.

TABLA 3.2.1  
CUANDO DECIDIO POR QUIEN VOTAR  
% POR COLUMNA

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
V DE CRAMER	0.10	0.13	0.10	0.08	0.14	0.20	0.12	0.13	0.14	0.14	0.16	0.15
<b>TOTAL ENCUESTA</b>												
Entre ayer y hoy	19	12	9	8	5	5	6	14	13	16	17	19
Durante el mes	15	8	7	7	8	8	9	11	13	12	13	7
Desde que supo candidatos	17	21	18	21	34	34	19	18	13	18	16	16
Siempre vota igual	49	60	66	63	54	53	66	56	60	54	54	57
<b>PAN - PREFERENCIA</b>												
Entre ayer y hoy	15	18	8	7	46	53	49	29	26	18	15	10
Durante el mes	18	15	17	11	5	6	5	14	12	18	21	19
Desde que supo candidatos	16	9	9	9	9	11	9	14	14	15	15	12
Siempre vota igual	21	28	27	26	40	42	22	13	17	20	19	14
	45	48	48	55	45	40	63	58	55	47	41	55
<b>PRI - PREFERENCIA</b>												
Entre ayer y hoy	68	63	81	48	51	44	48	47	53	49	50	65
Durante el mes	18	10	8	7	4	4	5	12	11	15	15	18
Desde que supo candidatos	13	7	5	7	7	5	8	8	11	8	13	6
Siempre vota igual	15	16	17	17	27	23	15	17	10	17	10	16
	54	67	69	69	62	68	71	61	67	60	62	60
<b>PRD - PREFERENCIA</b>												
Entre ayer y hoy	7	9	6	29				11	8	16	16	13
Durante el mes	21	9	13	8				10	12	17	8	22
Desde que supo candidatos	17	12	10	8				13	24	15	12	3
Siempre vota igual	24	32	22	26				25	20	23	22	22
	38	47	56	57				50	44	44	57	51

<sup>1</sup> Es interesante contrastar este dato con preguntas similares en los Estados Unidos y la Gran Bretaña. En el primer país alrededor de la tercera parte de los electores había decidido su voto antes del inicio de las campañas electorales de 1992., en Documento final del *exit poll* de 1992 realizado por el VRS. Gran Bretaña, por el contrario, se asemeja mas al caso de México, alrededor del 60% de los votantes tenía decidido su voto de antemano en las elecciones generales de 1987, en ...The Harris/ITN *exit poll*: 1987.

Lo anterior indica que la preferencia por el PRI se encuentra más arraigada en la población. Comparado con los partidos de oposición, los triunfos del PRI dependen menos de sus campañas electorales o de sus candidatos, y más de la fidelidad, costumbre o inercia electoral de sus simpatizantes.

Especial atención merece el caso de Baja California Sur. Ahí se observa que un mayor porcentaje de panistas definieron su preferencia electoral al conocer quiénes serían los candidatos. Es claro que la nominación de candidatos fue uno de los factores fundamentales que tomaron en cuenta los sudcalifornianos a la hora de decidir su voto.

Al observar la tabla 3.2.1 encontramos que para casi todos los casos la  $V$  de Cramer para esta pregunta es mayor que la obtenida para varias de las variables socioeconómicas. En Baja California Sur y La Paz, dicha medida es mayor que todas las  $V$  de Cramer de las variables socioeconómicas. Esto refuerza la conclusión anterior, existe una mayor relación entre el momento de decisión del voto y la preferencia electoral de los sudcalifornianos, que entre sus características socioeconómicas y su preferencia.

En conclusión, esta pregunta tiene la capacidad de otorgar mayores pistas para descubrir las razones de la preferencia electoral pero aún es insuficiente.

### **3.2.3.- Porque votan los mexicanos, en sus palabras**

Con el fin de poder comparar en los diferentes levantamientos<sup>2</sup> las respuestas escritas por los votantes a la pregunta abierta de ¿por qué votó por ese candidato o partido?, se recodificaron en siete variables que contenían toda la gama de respuestas.

---

<sup>2</sup> Para esta pregunta no fue posible utilizar los levantamientos de Baja California Sur y La Paz ya que el porcentaje de respuestas obtenido fue muy bajo.

En promedio sólo la mitad de las personas entrevistadas responde esta pregunta. Dado que no se cuenta con la opinión de un alto porcentaje de los votantes, las conclusiones a las que se llegue deben ser tomadas con cierta reserva.

TABLA 3.2.2  
**PORQUE VOTO POR ESE CANDIDATO**  
 % POR COLUMNA

	NAL	HGO	MIC	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	O.
V DE CRAMER	0.26	0.31	0.21	0.43	0.42	0.36	0.40	0.41	0.35
% DE RESPUESTA	61	32	58	40	45	49	41	36	47
Simpatiza con el partido	19	9	15	10	2	2	2	4	2
Simpatiza con el candidato	5	13	14	6	14	13	14	12	14
Simpatía (sin referencia)	9	15	11	14	15	17	17	15	16
Siempre vota igual	21	29	26	24	19	19	15	22	18
Expectativas de mejoría	22	15	15	12	17	20	20	17	21
Por un cambio	13	9	11	29	24	21	23	19	21
Otra razón	12	9	8	6	10	8	11	11	9
<b>PAN - PREF.</b>	17	8	9	47	32	28	23	15	21
Simpatiza con el partido	19	5	19	5	1	1	1	0	1
Simpatiza con el candidato	7	14	21	4	14	9	12	14	13
Simpatía (sin referencia)	8	15	12	8	13	15	14	14	19
Siempre vota igual	8	17	18	31	10	13	15	22	11
Expectativas de mejoría	12	4	11	10	15	14	12	12	13
Por un cambio	34	33	10	47	37	40	37	27	35
Otra razón	13	12	8	5	11	8	9	11	8
<b>PRI - PREF.</b>	63	79	56	49	44	52	51	53	56
Simpatiza con el partido	19	10	15	14	3	3	2	5	3
Simpatiza con el candidato	4	13	13	6	14	16	15	12	14
Simpatía (sin referencia)	10	15	11	18	15	15	18	15	15
Siempre vota igual	29	35	34	27	33	27	20	31	27
Expectativas de mejoría	25	16	18	13	20	25	26	21	26
Por un cambio	2	3	2	14	7	6	9	9	8
Otra razón	12	8	7	8	9	8	11	9	8
<b>PRD - PREF.</b>	8	8	32		11	9	12	19	14
Simpatiza con el partido	19	4	14		1	2	0	2	8
Simpatiza con el candidato	7	8	15		10	11	10	16	1
Simpatía (sin referencia)	9	16	12		15	17	14	15	12
Siempre vota igual	5	5	15		3	4	3	6	14
Expectativas de mejoría	16	19	11		11	16	16	9	3
Por un cambio	29	41	26		45	45	48	42	16
Otra razón	15	7	9		16	5	8	11	46

En la opción "simpatiza con el partido" se agruparon todas las respuestas que tenían que ver con caracterizaciones positivas del partido. Se pueden diferenciar dos tipos de respuestas:

las de simpatía simple, aquellos que dicen que votaron por ese partido por considerarlo el mejor, el más fuerte, con el que se identifican, al que le tienen confianza, por ser el más popular o el que más seguidores tiene. Y las respuestas con un argumento detrás, por ejemplo quienes prefirieron a determinado partido porque les gustan las ideas o ideología de éste, porque piensan que es el que responde a las necesidades del país, estado, o municipio, porque creen que es el más organizado o porque la experiencia en el poder les parece un atributo importante. Finalmente también se ubicaron aquí quienes se dijeron militantes del partido por el que votaron.

La opción "simpatiza con el candidato" agrupó respuestas similares a las que aparecen para la opción anterior, solo que en este caso las respuestas se referían a los candidatos. Cuando se encontraron estas mismas respuestas pero sin especificar si se referían al candidato o al partido, se agruparon en la opción "Simpatía (sin definir partido o candidato)".

En el apartado anterior se vio que existe un sector importante del electorado que siempre vota por el mismo partido, y que este comportamiento se da sobre todo entre los votantes del PRI. En la opción "Siempre vota igual" se agruparon las respuestas de los votantes que lo hacen así simplemente 'por costumbre' --lo que puede denotar ausencia de reflexión en torno a su voto-, y otras que dan algunas pistas para encontrar por qué votan así los priista. Como ejemplos aparecen quienes dicen que votan por el PRI porque siempre gana, porque la gente siempre vota por él, por ser el partido oficial, porque siempre ha estado en el poder, por ser el más conocido, o bien por aquello de que más vale 'malo por conocido'. Este tipo de respuestas denotan actitudes de conformidad (o conformismo) con el estado de las cosas, temor al cambio o simplemente inercia.

El rubro "Expectativas de mejoría" se refiere a quienes esperan que la situación en general -la suya personal- mejore si gana su candidato o partido. También están quienes aceptan las

ofertas o las promesas que hacen los candidatos en campaña, y esperan que trabaje y las cumpla; quienes hacen una evaluación positiva del gobierno anterior -que ha trabajado bien o que cumplió las promesas hechas- y volverán a apoyar a ese partido; quienes perciben que los candidatos o partidos ayudan a la gente 'al pueblo' o a grupos específicos (jóvenes, obreros, etc.). También se agrupó aquí a quienes dijeron votar por ese partido debido a cuestiones relativas al empleo, dotación de servicios, vivienda, etc; o quienes votaron pensando en la labor que ha hecho el Presidente de la República o alguna de las políticas que ha llevado a cabo.

En la opción "Por un cambio" se encuentran las respuestas que se refieren al descontento con la situación económica, con los gobernantes y frecuentemente, con el PRI. La mayoría de las respuestas en este rubro decían simplemente por el cambio, para ver cómo gobierna otro partido o bien, por desconfianza hacia el PRI. También hay, sin embargo, quienes desean que haya un cambio pero prefieren que se dé con el PRI en el gobierno.

En la opción "Otra razón" se agruparon el resto de las respuestas que eran difíciles de clasificar en alguno de los rubros anteriores y que tenían porcentajes muy bajos como para dejarlas como opción. Algunos ejemplos son quienes votaron por algún partido por la democracia, porque es su deber cívico, porque los obligaron, por conveniencia, por la propaganda de campaña, o bien los escépticos, quienes a pesar de haber votado opinan que nada cambiará.

Un hecho interesante que surgió al realizar la recodificación de estas respuestas fue constatar la poca importancia que tienen las ideologías de los partidos, las ideas o propuestas de los candidatos, los temas no son muy relevantes para las personas a la hora de decidir su voto.

La tabla 3.2.2 describe cómo se distribuyen los diferentes tipos de motivación de la preferencia para cada partido. La principal conclusión que se desprende de la lectura de esta tabla es que los principales resortes que motivan la votación por el PRI son la inercia, el voto por costumbre, y la expectativa de mejorar. Por su parte, la principal motivación para votar por los partidos de oposición es el deseo de un cambio, o lo que es lo mismo el descontento con la situación o con el PRI.

La impresión que me deja este análisis es que el razonamiento de las personas para decidir su voto es mas bien simple. Si se está conforme con el estado de las cosas se tenderá a votar por el PRI, el PRI es quien ha gobernado, si de algún partido se pueden esperar mejorías es de quien siempre gobierna. Cuando existe malestar o descontento con el gobierno, se vota por algún partido de oposición. Lo notable de ésto es que no hay más!, no hay ideas, no hay proyectos alternativos por los cuales las personas decidan su voto. Esto no es nuevo, este estudio simplemente corrobora empíricamente -analizando las opiniones de los votantes- el bajo nivel de cultura política en México. Las causas de ésto, herencia de una cultura política autoritaria, bajo nivel educativo de la población, desinformación y desinterés -digamos normal según la teoría de la "Rational Choice"- de las personas acerca de la política, crisis de las ideologías, escaso éxito de los partidos políticos en la difusión de sus ideas o proyectos, etc., quedan fuera del alcance de éste estudio.

### 3.2.4.- Repercusiones electorales de la situación económica

Para el estudio de este tema se utilizaron los exit polls de Baja California Sur, La Paz, Hidalgo y el Estado de México. Lo primero que se puede constatar al observar la tabla 3.2.3 es que en aquellos lugares donde las opiniones pesimistas respecto de la situación económica estuvieron muy generalizadas -Baja California Sur y La Paz- en la población, ocurrió una muy fuerte competencia electoral.

TABLA 3.2.3  
EVALUACION DE LA SITUACION ECONOMICA  
% POR COLUMNA

	... DEL ESTADO *			...	...FAMILIAR **			...	... PERSONAL *		
	HGO	BCS	LAP	MEX	HGO	BCS	LAP				
V DE CRAMER	0.11	0.18	0.19	0.16	0.09	0.14	0.12				
<i>TOTAL ENCUESTA</i>											
Mejor	34	16	17	37	36	32	35				
Igual	41	37	38	49	47	42	42				
Peor	22	44	42	12	16	24	22				
<i>PAN - PREF.</i>											
	7	46	53	18	7	46	53				
Mejor	30	11	11	25	36	27	31				
Igual	37	32	35	53	42	41	41				
Peor	31	54	52	20		31	27				
<i>PRI - PREF.</i>											
	81	51	44	63	81	51	44				
Mejor	37	22	25	45	38	38	40				
Igual	41	42	44	47	47	43	45				
Peor	19	33	28	6	14	17	14				
<i>PRD - PREF.</i>											
	6			9	6						
Mejor	19			19	22						
Igual	27			55	49						
Peor	54			26	28						

\* Comparada con hace un año  
\*\* Comparada con el inicio del gobierno de Salinas.

La tabla 3.2.3 nos muestra patrones de comportamiento electoral muy consistentes. Las personas tienden a evaluar mejor su situación económica personal que la situación económica de su estado. Independientemente de la situación económica de que se trate, el PRI recibe consistentemente más votos de las personas que tienen percepciones más positiva al respecto, de la misma forma, los partidos de oposición tienden a captar más los votos de quienes sienten que la situación económica ha empeorado.<sup>3</sup>

Los lugares donde más claramente se observan estas tendencias son los de Baja California Sur y La Paz donde la mayoría de las personas que opinaban que la situación económica del estado o la de ellos habían empeorado votaron por el PAN (ver tabla 3.2.4).

---

<sup>3</sup> Si comparamos este comportamiento con el observado en los Estados Unidos, podemos pensar que es la actitud normal. Frente a una percepción negativa de la situación económica se tiende a votar en contra del partido en el gobierno, y viceversa. (ver apartado tres del capítulo uno).

TABLA 3.2.4

EVALUACION DE LA SITUACION ECONOMICA								
% POR RENGLON								
	... DEL ESTADO *			... FAMILIAR **		... PERSONAL *		
	HGO	BCS	LAP	MEX	HGO	BCS	LAP	
V DE CRAMER	0.11	0.18	0.19	0.16	0.09	0.14	0.12	
<i>TOTAL ENCUESTA</i>								
Mejor	34	16	17	37	36	32	35	
Igual	41	37	38	49	47	42	42	
Peor	22	44	42	12	16	24	22	
<b>PAN - PREF.</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	<b>18</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>53</b>	
Mejor	6	30	34	12	7	38	47	
Igual	6	39	48	19	6	45	51	
Peor	10	57	66	30	9	58	66	
<b>PRI - PREF.</b>	<b>81</b>	<b>51</b>	<b>44</b>	<b>63</b>	<b>81</b>	<b>51</b>	<b>44</b>	
Mejor	88	68	63	76	86	60	50	
Igual	82	59	51	61	82	53	47	
Peor	70	38	30	34	71	36	29	
<b>PRD - PREF.</b>	<b>6</b>			<b>9</b>				
Mejor	3			7				
Igual	7			10				
Peor	11			20				

\* Comparada con hace un año  
 \*\* Comparada con el inicio del gobierno de Salinas.

En Hidalgo y el Estado de México si bien las tendencias descritas se mantienen, es importante destacar que ahí quienes tenían opiniones negativas no votaron mayoritariamente por la oposición. Como puede verse, el tener opiniones negativas no condiciona necesariamente a votar por los partidos de oposición, simplemente puede afirmarse que entre quienes así opinan existe una mayor propensión a no votar por el PRI.

Las V de Cramer para esta pregunta nos confirman que existe solo cierta asociación entre la opinión que se tenga de la situación económica y la preferencia electoral de las personas, pero que esta asociación es más alta que la que existe al considerar variables socioeconómicas.

### 3.2.5.- Repercusiones electorales de la gestión de las autoridades

El acuerdo con las autoridades sólo se preguntó en el exit poll del Estado de México, sin embargo parece ser que la opinión que se tiene de la gestión de los gobernantes tiene también una estrecha relación con la preferencia electoral, sobre todo el acuerdo con la manera de gobernar del Presidente de la República.

TABLA 3.2.5  
EVALUACION DE LAS AUTORIDADES

	TOTAL V. CRAMER ENC.	LECTURA POR COLUMNA			LECTURA POR RENGLON		
		PAN	PRI	PRD	PAN	PRI	PRD
<b>ACUERDO GOBERNADOR</b>	<b>0.186</b>						
<i>PREFERENCIA</i>		18	63	9	18	63	9
Satisfecho	47	30	57	22	12	77	4
Satisfecho en parte	16	20	15	19	22	59	10
Insatisfecho	20	31	12	40	28	38	18
No lo conozco	11	12	9	14	21	54	12
<b>ACUERDO PRESIDENTE</b>	<b>0.234</b>						
<i>PREFERENCIA</i>		18	63	9	18	63	9
Acuerdo	84	73	92	58	16	69	6
Desacuerdo	10	18	3	30	32	21	28

Como sucede con la percepción de la situación económica, quienes están de acuerdo con la gestión del gobernador en turno, o del Presidente, tienden más a votar por el PRI, quienes están en desacuerdo lo hacen más por los partidos de oposición.

La mayoría de quienes votaron por el PAN o por el PRD están de acuerdo con el Presidente. No sucede lo mismo con la evaluación que del Gobernador, sólo la mitad de los panistas y apenas el 40% de los perredistas estaban satisfechos con la gestión del Gobernador del Estado de México, Ignacio Pichardo Pagaza. Como hemos venido

obsrevando, el análisis sólo permite declarar tendencias, no condicionantes absolutos. Sin embargo, las V de Cramer nos indican que existe una asociación ligeramente mayor entre la evaluación de las autoridades y la preferencia electoral que la observada respecto a la evaluación de la situación económica.

### **3.2.6.- Lealtad partidista**

Ya se ha hablado acerca de la tendencia de un grupo importante de los electores a votar siempre por el mismo partido. Este comportamiento, que podríamos denominar como lealtad hacia los partidos políticos, puede ser analizado con más detalle mediante otras preguntas. En la encuesta del Estado de México y en la de Hidalgo se le pidió a los encuestados que marcaran el partido por el que habían votado en las elecciones presidenciales de 1988 para el caso del Estado de México y las elecciones para diputados federales en 1991 para el de Hidalgo.

TABLA 3.2.6  
VOTACION AUTORIDADES

	V.CRAMEER	TOTAL ENC.	LECTURA POR COLUMNA			LECTURA POR RENGLON		
			PAN	PRI	PRD	PAN	PRI	PRD
<b>ESTADO DE MEXICO</b>	<b>0.51</b>							
<i>PREFERENCIA</i>			18	63	9	18	63	9
<i>VOTO PARA PRESIDENTE EN 1988</i>								
M.J.C. +		15	62	3	5	76	13	3
C.S.G.		69	25	92	23	7	85	3
C.C.S.		11	11	3	57	17	14	46
OTRO		5	3	2	16	11	24	32
<b>HIDALGO</b>	<b>0.80</b>							
<i>PREFERENCIA</i>			7	82	6	7	82	6
<i>VOTO PARA DIPUTADOS EN 1991</i>								
PAN		7	86	1	2	83	13	2
PRI		82	10	97	8	1	98	1
PRD		6	1	1	82	1	10	86
OTRO		5	4	1	8	4	19	9

Al observar la tabla 3.2.6 podemos confirmar que el PRI cuenta con un electorado mas fiel que el resto de los partidos, comparado con los votantes de los partidos de oposici3n, un mayor porcentaje de personas que declar3n haber votado por el PRI anteriormente vot3n nuevamente por el PRI. La fidelidad al partido decrece para el PAN y para el PRD, sobre todo en el Estado de M3xico.

Los porcentajes de preferencia manifestados para elecciones pasadas no corresponden con los resultados reales de dichas elecciones:

	PAN	PRI	PRD	OTRO
<b>HIDALGO</b>				
Resultado oficial 1991	7	73	9	11
Resultado Exit Poll 1993	7	82	6	6
<b>ESTADO DE MEXICO</b>				
Resultado oficial 1988	16	30	52	2
Resultado Exit Poll 1993	15	69	11	5

Esto puede deberse a que las personas no recuerdan por quién votaron o no quieren manifestarlo. Debido a esto, los porcentajes que se obtienen no sirven para medir exactamente el cambio en la preferencia electoral de las personas, pero pueden utilizarse como indicadores de su comportamiento electoral en términos de lealtad partidista.

En la encuesta del Estado de México se cuenta con una variable adicional para medir la lealtad partidista. Se le pidió a cada entrevistado que escribiera su simpatía política independientemente del partido por el que hubieran votado.

TABLA 3.2.7  
PREFERENCIA ELECTORAL

	V. CRAMER	TOTAL ENC.	LECTURA POR COLUMNA			LECTURA POR RENGLÓN		
			PAN	PRI	PRD	PAN	PRI	PRD
<i>PREFERENCIA</i>			19	62	9	19	62	9
<i>0.59</i>								
<i>NORMALMENTE SE CONSIDERA</i>								
Priista		50	6	77	3	2	96	1
Anti-priista		4	6	1	11	30	16	25
Panista		11	52	1	2	91	5	2
Anti-panista		1	1	1	1	19	51	10
Perredista		7	1	1	32	4	8	73
Anti-perredista		1	0	1	1	10	43	7
Sin preferencia definida		28	34	19	32	23	43	11
<i>PREFERENCIA</i>			19	61	10	19	61	10
<i>0.72</i>								
<i>QUE ES MAS IMPORTANTE...</i>								
Que el PRI siga gobernando		58	15	86	8	5	91	1
Que gobierne otro partido		42	86	14	92	38	20	21

Se comprueban los resultados que habíamos observado, existe una mayor lealtad entre los simpatizantes del PRI que entre los simpatizantes de otros partidos. Mientras que el 96% de los votantes que se definieron a sí mismos como priistas votaron por su partido, éste porcentaje baja a 91% para los autodefinidos como panistas y a 73% para los perredistas. Consecuentemente, un mayor porcentaje de quienes votaron por el PAN o el PRD (30%) no tiene una preferencia definida, contra el 20% de quienes votaron por el PRI.

### 3.2.7.- Conclusión

La tabla 3.2.8 resume las V de Cramer para todas las encuestas del estudio.

TABLA 3.2.8

## ASOCIACION ENTRE VARIABLES Y PREFERENCIA ELECTORAL

### V DE CRAMER

	NAL	MEX	HGO	MIC	BCS	LAP	MER	NAU	TLA	ECA	NEZ	CHA
SEXO	0.08	0.12	0.06	0.06	0.06	0.06	0.03	0.09	0.09	0.12	0.18	0.24
EDAD	0.10	0.05	0.15	0.05	0.06	0.11	0.08	0.06	0.06	0.08	0.09	0.11
ESCOLARIDAD	0.11	0.11	0.08	0.08	0.12	0.15	0.11	0.18	0.13	0.10	0.15	0.17
INGRESO	0.11	0.09	0.08	0.07	0.07	0.10	0.04	0.13	0.12	0.09	0.10	0.09
INSTITUCION DONDE TRABAJA	0.09		0.07	0.09	0.13	0.12	0.09	0.09	0.10	0.09	0.15	0.13
RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA	0.11			0.11			0.09	0.09	0.08	0.11	0.13	0.12
A QUE SE DEDICA PUESTO OCUPACION	0.06		0.07	0.07	0.10	0.15	0.07	0.13	0.12	0.18	0.11	0.31
		0.11				0.10						
CUANDO DECIDIO POR QUIEN VOTAR	0.10	0.13	0.10	0.08	0.14	0.20	0.12	0.13	0.14	0.14	0.16	0.15
POR QUE VOTO POR ESE CANDIDATO	0.26	0.20	0.31	0.21			0.43	0.42	0.36	0.39	0.41	0.35
SITUACION ECONOMICA DEL ESTADO			0.10		0.18	0.19						
SITUACION ECONOMICA PERSONAL			0.09		0.14	0.12						
SITUACION ECONOMICA FAMILIAR		0.16										
VOTO PARA PRESIDENTE MUNICIPAL					0.77							
VOTO PARA DIPUTADOS 91				0.80								
VOTO PARA PRESIDENTE 88		0.51										
ACUERDO CON GOBERNADOR		0.19										
ACUERDO CON PRESIDENTE		0.23										
POR QUE VOTA -PRIMERA RAZON		0.06										
POR QUE VOTA -SEGUNDA RAZON		0.05										
NORMALMENTE SE CONSIDERA... MAS IMPORTANTE CAMBIO O SIGA EL PRI		0.59										
		0.72										

0.0 - 0.15 *Baja asociación*

0.15 - 0.20 *Asociación*

0.20 - 0.50 *Alta asociación*

0.50 - 1.00 *Muy alta asociación*

Lo primero que se observa es que existe una mayor asociación entre la preferencia electoral con las preguntas de opinión que con las preguntas socioeconómicas<sup>4</sup>. El momento de decidir el voto guarda mayor relación con la preferencia que la mayoría de las

<sup>4</sup> La única excepción es el municipio de Chalco donde el sexo y la actividad de las personas que no trabajan aparece como muy relacionada con la preferencia. Como se apuntó en el apartado anterior las mujeres y sobre todo las amas de casa votaron predominantemente por el PRI, mientras que los hombres y los estudiantes lo hicieron por el PRD y el PAN.

socioeconómicas, el caso más espectacular es el del municipio de La Paz. La razón por la que se vota por los candidatos es la variable que mayor asociación tenía con la preferencia electoral antes de incorporar las preguntas de lealtad partidista. Sin duda, la percepción de la situación económica y la evaluación que se tiene de las autoridades gubernamentales influye en las preferencias electorales. Las variables que miden la lealtad partidista guardan -como era de esperarse- las más altas asociaciones con la preferencia electoral.

### 3.3.- CORRELACION ENTRE LAS VARIABLES: EL ESTADO DE MEXICO

Como se ha observado, la preferencia electoral de las personas está influenciada por diversos factores, en orden ascendente de importancia están las características socioeconómicas del individuo, la evaluación que hacen de la situación económica y de la gestión de las autoridades y finalmente la lealtad hacia el partido por el que simpatizan. En este apartado se busca encontrar la interrelación que pueda existir entre las diferentes variables. En otras palabras, ver que tanto el hecho de que una persona tenga cierto grado de escolaridad influye para que opine de cierta manera acerca de la situación económica que vive y por tanto lo conduzca a votar en determinado sentido.

Para hacer este análisis se cruzaron todas las variables de la encuesta del Estado de México por la preferencia electoral y a su vez por cada una de las posibles respuestas de todas las preguntas. Para cada una de las tablas obtenidas se calculó la V de Cramer. Con base en el número de casos obtenido en cada cruce se logró distinguir aquellos en los que el resultado no era significativo -bajo número de casos-, el resto de los cruces se clasificaron dependiendo del grado de relación entre las variables. La tabla 3.2.9 resume la información obtenida.

TABLA 3.2.9

**CORRELACION ENTRE VARIABLES  
ESTADO DE MEXICO JUNIO 1993**

	SEX	EDA	ESC	ING	OCU	DVO	SIT	AGO	APR	PQV	PQV	PQV	PVO	VO8	IDP	PRI
						T		B	E	1	2	O	2	8	A	C
<b>V.CRAMER</b>	0.12	0.05	0.11	0.09	0.11	0.13	0.16	0.19	0.23	0.06	0.05	0.20		0.51	0.59	0.72
<b>SEXO</b>																
Masculino		0.05	0.11	0.10	0.11	0.15	0.18	0.20	0.25	0.07	0.04	0.22	0.12	0.51	0.60	0.73
Femenino		0.07	0.11	0.93	0.10	0.11	0.15	0.17	0.22	0.07	0.07	0.18	0.11	0.49	0.58	0.70
<b>EDAD</b>																
18-25	0.15		0.13	0.12	0.15	0.12	0.16	0.20	0.19	0.09	0.06	0.16	0.15	0.47	0.56	0.69
26-40	0.13		0.12	0.11	0.10	0.12	0.17	0.19	0.23	0.08	0.06	0.22	0.10	0.49	0.50	0.73
41-60	0.10		0.11	0.09	0.14	0.14	0.19	0.19	0.28	0.09	0.08	0.25	0.13	0.55	0.61	0.75
61 - +	0.20		0.12	0.24	0.22	0.22	0.22	0.25	0.40	0.12	0.13	0.33	0.26	0.56	0.63	0.63
<b>ESCOL</b>																
Ninguno	0.16	0.10		0.08	0.16	0.09	0.18	0.14	0.20	0.11	0.10	0.25	0.28	0.53	0.59	0.63
Primaria	0.10	0.04		0.05	0.11	0.14	0.17	0.17	0.23	0.06	0.06	0.24	0.13	0.55	0.61	0.73
Sec-prep.	0.12	0.04		0.08	0.08	0.11	0.15	0.19	0.21	0.08	0.06	0.18	0.12	0.47	0.58	0.72
Universidad	0.06	0.07		0.19	0.19	0.12	0.23	0.23	0.33	0.08	0.11	0.26	0.17	0.47	0.59	0.70
<b>INGRESO</b>																
0-1	0.10	0.05	0.07		0.15	0.13	0.17	0.18	0.23	0.10	0.07	0.21	0.16	0.53	0.60	0.72
1-3	0.13	0.06	0.13		0.12	0.14	0.18	0.19	0.26	0.07	0.05	0.18	0.17	0.51	0.59	0.70
3-5	0.15	0.09	0.13		0.14	0.18	0.16	0.20	0.24	0.06	0.09	0.24	0.13	0.51	0.61	0.74
5-7	0.13	0.21	0.11		0.23	0.15	0.26	0.30	0.28	0.10	0.16	0.33	0.20	0.48	0.59	0.75
7-10	0.14	0.15	0.22		0.24	0.16	0.21	0.29	0.19	0.13	0.15	0.28	0.33	0.50	0.60	0.73
10 - +	0.13	0.14	0.15		0.26	0.23	0.26	0.23	0.31	0.15	0.21	0.29	0.27	0.56	0.61	0.84
<b>OCUPACION</b>																
Desempleado	0.17	0.19	0.28	0.25		0.18	0.27	0.41	0.32	0.16	0.20	0.29	0.36	0.51	0.63	0.65
Gobierno	0.15	0.12	0.11	0.11		0.12	0.22	0.23	0.33	0.11	0.09	0.24	0.15	0.48	0.64	0.73
Privada	0.10	0.06	0.08	0.12		0.13	0.17	0.20	0.24	0.06	0.08	0.20	0.17	0.52	0.61	0.72
Independiente	0.03	0.08	0.13	0.14		0.17	0.15	0.17	0.20	0.09	0.07	0.25	0.17	0.51	0.59	0.72
Tiempo parcial	0.20	0.17	0.22	0.27		0.23	0.30	0.29	0.38	0.22	0.18	0.31	0.34	0.50	0.59	0.73
Estudiante	0.28	0.10	0.15	0.24		0.11	0.34	0.23	0.34	0.10	0.14	0.27	0.28	0.49	0.62	0.76
Ama de casa	0.07	0.05	0.12	0.11		0.11	0.15	0.16	0.19	0.09	0.09	0.21	0.13	0.50	0.57	0.70
Jubilado	0.15	0.39	0.15	0.23		0.20	0.29	0.30	0.41	0.18	0.22	0.39	0.50	0.74	0.62	0.76
<b>SITUAC.ECON.</b>																
Mejor	0.09	0.06	0.11	0.11	0.10	0.14		0.13	0.09	0.07	0.05	0.21	0.09	0.45	0.54	0.68
Igual	0.13	0.08	0.13	0.11	0.13	0.12		0.15	0.18	0.07	0.06	0.20	0.13	0.50	0.60	0.71
Peor	0.17	0.06	0.13	0.11	0.18	0.14		0.19	0.30	0.10	0.10	0.20	0.13	0.55	0.61	0.69
Ns/Nc	0.25	0.24	0.31	0.47	0.39	0.28		0.34	0.19	0.25	0.21	0.35	0.72	0.57	0.65	0.76
<b>SATISFAC.GOB.</b>																
Satisfecho	0.07	0.05	0.08	0.07	0.09	0.11	0.09		0.13	0.06	0.05	0.21	0.13	0.46	0.56	0.67
En parte	0.17	0.08	0.09	0.15	0.15	0.13	0.14		0.22	0.10	0.13	0.20	0.17	0.49	0.58	0.72
Insatisfecho	0.13	0.08	0.13	0.11	0.16	0.13	0.16		0.26	0.70	0.07	0.15	0.14	0.51	0.61	0.72
No lo conozco	0.13	0.10	0.16	0.20	0.18	0.19	0.13		0.16	0.10	0.10	0.21	0.23	0.52	0.60	0.71
Ns/Nc	0.19	0.10	0.14	0.19	0.19	0.14	0.14		0.20	0.14	0.15	0.23	0.30	0.55	0.67	0.65

**AC. PRESIDENTE**

Acuerdo	0.10	0.06	0.10	0.10	0.08	0.13	0.10	0.14	0.07	0.05	0.20	0.10	0.47	0.57	0.70
Desacuerdo	0.17	0.09	0.13	0.09	0.20	0.11	0.15	0.18	0.10	0.09	0.20	0.18	0.51	0.63	0.61
Ns/Nc	0.18	0.13	0.21	0.17	0.24	0.19	0.19	0.23	0.10	0.18	0.24	0.31	0.59	0.62	0.73

**DECIDIO VOTAR**

Entre ayer-hoy	0.20	0.06	0.13	0.16	0.17	0.15	0.16	0.20	0.11	0.12	0.21	0.21	0.33	0.47	0.57
Durante el mes	0.05	0.11	0.17	0.21	0.17	0.18	0.23	0.25	0.13	0.18	0.17	0.22	0.46	0.53	0.68
Candidatos	0.16	0.06	0.09	0.12	0.12	0.18	0.21	0.25	0.09	0.07	0.17	0.14	0.47	0.58	0.71
Siempre v.igual	0.09	0.05	0.10	0.07	0.10	0.17	0.18	0.23	0.07	0.05	0.22	0.11	0.56	0.63	0.74

**PORQUE VOTA 1**

Manifest.opini3n	0.15	0.09	0.14	0.11	0.14	0.11	0.19	0.21	0.27	0.10	0.19	0.12	0.55	0.61	0.74
Es un derecho	0.12	0.05	0.11	0.10	0.12	0.14	0.15	0.18	0.22	0.06	0.20	0.11	0.50	0.59	0.74
Es costumbre	0.14	0.08	0.17	0.14	0.12	0.21	0.18	0.20	0.27	0.07	0.28	0.25	0.47	0.59	0.64
Lo obligan	0.11	0.13	0.12	0.14	0.18	0.14	0.21	0.24	0.28	0.13	0.25	0.30	0.51	0.61	0.66

**PORQUE VOTA 2**

Manifest.opini3n	0.12	0.07	0.13	0.11	0.11	0.13	0.17	0.21	0.22	0.08	0.23	0.12	0.49	0.60	0.75
Es un derecho	0.14	0.07	0.14	0.13	0.12	0.13	0.20	0.21	0.26	0.09	0.22	0.11	0.51	0.59	0.70
Es costumbre	0.19	0.07	0.08	0.11	0.15	0.16	0.18	0.18	0.22	0.11	0.23	0.18	0.52	0.60	0.72
Lo obligan	0.16	0.10	0.17	0.18	0.26	0.24	0.13	0.23	0.30	0.15	0.30	0.31	0.54	0.68	0.65

**PORQ' VOTO ASI**

Tiene experienc.	0.16	0.10	0.09	0.08	0.17	0.16	0.20	0.18	0.25	0.05	0.11	0.22	0.46	0.62	0.65
Lograr3 cambio	0.17	0.09	0.11	0.11	0.15	0.08	0.15	0.14	0.20	0.05	0.08	0.15	0.47	0.57	0.70
Se preoc.x pers	0.13	0.13	0.19	0.21	0.19	0.12	0.21	0.23	0.24	0.14	0.14	0.19	0.54	0.64	0.75
Es honesto	0.04	0.19	0.22	0.19	0.25	0.19	0.22	0.20	0.28	0.10	0.17	0.27	0.63	0.62	0.72
Mejor proyecto	0.18	0.09	0.14	0.10	0.18	0.14	0.19	0.19	0.28	0.08	0.07	0.22	0.45	0.59	0.68
Candid.mi part.	0.09	0.09	0.15	0.10	0.15	0.17	0.15	0.20	0.23	0.10	0.09	0.21	0.60	0.66	0.77

**VOTO 88**

PAN	0.07	0.09	0.10	0.13	0.17	0.15	0.09	0.13	0.15	0.09	0.10	0.19	0.25	0.44	0.51
PRI	0.04	0.06	0.11	0.08	0.07	0.13	0.10	0.12	0.13	0.06	0.05	0.19	0.12	0.50	0.56
FDN	0.09	0.08	0.11	0.14	0.19	0.13	0.18	0.12	0.18	0.08	0.12	0.23	0.15	0.45	0.46
OTRO	0.21	0.18	0.19	0.18	0.21	0.15	0.17	0.27	0.19	0.17	0.16	0.23	0.26	0.58	0.72

**IDENTIF.PARTIDO**

Prifista	0.03	0.04	0.04	0.04	0.06	0.09	0.05	0.07	0.06	0.04	0.04	0.11	0.09	0.20	0.24
Anti-PRI	0.11	0.17	0.18	0.20	0.21	0.19	0.24	0.27	0.29	0.16	0.22	0.36	0.31	0.43	0.75
Panista	0.07	0.10	0.11	0.13	0.15	0.11	0.09	0.09	0.08	0.10	0.08	0.16	0.19	0.34	0.45
Anti-PAN	0.52	0.53	0.47	0.49	0.70	0.48	0.47	0.42	0.52	0.37	0.45	0.73	0.78	1.00	0.42
Perredista	0.15	0.05	0.11	0.12	0.19	0.13	0.13	0.15	0.16	0.07	0.18	0.18	0.20	0.28	0.41
Anti-PRD	0.19	0.23	0.39	0.31	0.57	0.33	0.38	0.55	0.33	0.42	0.39	0.42	0.71	0.38	0.59
No preferencia	0.17	0.07	0.10	0.13	0.14	0.10	0.12	0.14	0.17	0.07	0.08	0.20	0.15	0.33	0.54

**PRI CAMBIO**

Que siga PRI	0.05	0.05	0.06	0.05	0.06	0.11	0.07	0.08	0.14	0.07	0.06	0.11	0.11	0.33	0.35
Que haya cambio	0.12	0.06	0.07	0.10	0.10	0.06	0.09	0.11	0.14	0.05	0.04	0.13	0.11	0.45	0.56

- Altamente relacionada
- Medianamente relacionada
- No significativa

La tabla refuerza en primer lugar la tendencia que se ha observado a lo largo de este estudio. A saber, las características socioeconómicas no influyen directamente en la preferencia electoral, ni por sí solas, ni cruzadas entre ellas mismas. Sin embargo, al cruzar éstas variables por las preguntas de opinión surgen algunas relaciones interesantes.

Las preguntas de acuerdo con el Presidente, razón de la preferencia y las de lealtad partidista mantienen alta relación con la mayoría del resto de las variables del cuestionario. Esto quiere decir que por sí solas éstas preguntas nos pueden explicar parte de la preferencia de los electores. Por el contrario, las preguntas de por qué vota (las dos opciones) y la segunda mención de por qué votó por ese candidato, consistentemente presentan nulos niveles de significación, es decir no nos ayudan a explicar qué define la preferencia electoral.

La evaluación de las autoridades y la lealtad partidista ejercen una influencia ligeramente mayor entre los hombres que entre las mujeres a la hora de decidir su voto.

En términos generales, el acuerdo con el Presidente de la República, las razones de la preferencia, y la lealtad partidista, son factores que pesan más al decidir el voto entre mayor es la edad de las personas. Consistentemente, las personas mayores de 60 años son el grupo de edad en donde las opiniones que tienen condicionan con mayor fuerza su preferencia electoral.

Las personas al menos con estudios universitarios son quienes más toman en cuenta la evaluación que hacen de las autoridades y de la situación económica, así como sus razones para elegir candidato, a la hora de definir su preferencia electoral. En las personas con

menor escolaridad cuando más primaria se observa una tendencia igeramente mayor a volver a votar por quien lo hicieron en 1988.

En general, entre más alto es el ingreso de las personas, mayor es la importancia de sus opiniones respecto a la situación económica y la gestión de sus autoridades, así como las razones de su preferencia, a la hora de seleccionar por quién votar. Consistentemente, quienes perciben un ingreso superior a los diez salarios mínimos son los que más peso le dan a éste tipo de consideraciones.

Los desempleados, trabajadores de tiempo parcial y estudiantes comparados con quienes más asocian su opinión respecto a la gestión de las autoridades y su percepción de la situación económica para decidir su preferencia electoral.

En términos generales entre más negativa sea la opinión respecto de la situación económica, existe mayor asociación entre ésta y el resto de las variables de opinión con la preferencia electoral. Destaca la opinión negativa respecto a la situación económica con la evaluación del Presidente y la preferencia electoral.

Existe relación entre la evaluación de la gestión del Gobernador con la del Presidente y la preferencia electoral.

Existe relación entre las personas que deciden su voto durante el último mes de campaña o al conocer a los candidatos con la evaluación que esas personas hacen de sus autoridades y la decisión de su preferencia. Como es de esperarse, quienes siempre votan por el mismo partido están altamente correlacionados con las preguntas de lealtad partidista. De hecho, las diferentes preguntas de lealtad partidista tienen una alta asociación unas con otras.



## CONCLUSIONES

Los *exit polls* son un instrumento confiable para estimar el resultado de una elección la misma noche en que ésta se lleva a cabo. Han demostrado cumplir con el objetivo de proporcionar a los medios de comunicación dicha información con la oportunidad que éstos demandan.

La precisión que han alcanzado se fundamenta en una estricta metodología basada en la teoría del muestreo, y en la constante mejoría -con base en la experiencia- de los operativos; de los métodos de entrevista; de los procedimientos de transmisión, captura y procesamiento de los datos. La estrategia para el levantamiento de un exit poll se prepara escrupulosamente con antelación, ninguna de las etapas debe fallar el día de la elección.

Las preguntas de los cuestionarios de los *exit polls*, si bien son diseñadas con el objetivo principal de analizar la elección en turno -y no específicamente al votante-, son una fuente muy valiosa de información para el estudio de los votantes ya que, a diferencia de cualquier otra encuesta, es el único instrumento para entrevistar votantes reales.

Los *exit polls* han sido poco utilizados en los Estados Unidos -y otros países- como fuente de información para el estudio de los votantes. En México, sin embargo, la ausencia de encuestas diseñadas especialmente para conocer al votante, convierten a los exit polls en el único medio disponible hasta el momento para el estudio directo del electorado mexicano.

Los principales descubrimientos de este trabajo son los siguientes:

En México existe una mayor tendencia a votar entre los hombres, las personas de edades medias, las personas con mayores niveles educativos, las amas de casa, los jubilados y los desempleados. Por el contrario, las mujeres, los jóvenes menores de 25 años, y las personas de menor escolaridad tienden a participar menos en las elecciones.

No se encontraron asociaciones fuertes entre la preferencia electoral de las personas y sus características socioeconómicas; las opiniones de las personas guardan mayor relación con su preferencia. Sin embargo, es un hecho que la decisión del voto se encuentra influida por varios factores simultáneamente.

Si bien las características socioeconómicas de las personas son un factor poco asociado con las preferencias partidistas de las personas, fue posible identificar algunas constantes que delinearon el perfil de los votantes del PAN y del PRI. El panismo tiende a darse más entre los jóvenes, las personas de niveles educativos e ingresos altos, entre quienes trabajan en la iniciativa privada, y entre los estudiantes y los desempleados. El priismo se da más entre las mujeres, las amas de casa, las personas de mayor edad y menor educación e ingreso, y entre quienes trabajan en el gobierno. El electorado del PRD no es tan claramente definible como el de los otros dos partidos, aun así, entre los hombres, las personas con educación superior a la media, los estudiantes y los desempleados existe una cierta tendencia a votar más por el PRD.

Se encontró que el perfil socioeconómico observado en el PAN se confirma cuando aumenta la competencia electoral. Cuando esto sucede, dicho perfil se convierte en mayorías. Es decir, el tipo de personas que forman el perfil panista, son quienes mayor proclividad tienen a votar masivamente por el PAN en momentos de competencia electoral.

Para explicar la relativa carencia de un electorado perredista definido, debe recordarse que este partido comenzó a existir hace cinco años en torno a un líder, quién aglutinó la mayor parte del descontento de la población debido a la crisis de la economía mexicana de la década de los ochenta. La revuelta electoral que generó el Frente Democrático Nacional en las elecciones presidenciales de 1988 desembocó en la creación del PRD. Este surgió de la fusión entre expriistas y la izquierda tradicional mexicana, izquierda cuya historia reciente no supera los 15 años, después de haber estado fuera del escenario electoral durante varias décadas. En otras palabras, el PRD es un partido de creación reciente a diferencia del PRI o del PAN, cuya presencia en el escenario electoral mexicano supera el medio siglo.

El estudio también permitió descifrar algunas de las motivaciones que existen detrás de la preferencia electoral de las personas. Antes que nada debe decirse que aproximadamente la mitad de los mexicanos tienen una preferencia electoral definida, es decir, siempre votan por el mismo partido. Este comportamiento es más común entre los votantes del PRI; en otras palabras el PRI tiene un electorado más arraigado que el resto de los partidos. Esta conclusión se confirmó mediante el análisis de otras preguntas. Por lo general, el PRI recibe un porcentaje de votos mayor que el resto de los partidos de personas que antes votaron por el PRI o de quienes se autodefinen como priistas.

Este relativamente menor arraigo de los votantes de los partidos de oposición hacen que sus votos -o sus triunfos- dependan más -que para el PRI- de sus candidatos y, sobre todo, del clima de opinión predominante entre la población. Se encontró una tendencia muy clara: quienes opinan que la situación económica ha empeorado, o quienes desaprueban la gestión de sus gobernantes, tienden a votar por los partidos de oposición. Aquí cabe señalar un dato interesante, cuando el PRD tiene cierta presencia en alguna elección tiende a captar

mayores porcentajes de personas descontentas que el PAN, ésto sí es un rasgo distintivo de los votantes del PRD.

Al analizar las respuestas escritas por los mismos entrevistados en torno a sus razones para votar se llega a la conclusión de que, en última instancia, las motivaciones del votante mexicano se resumen en un voto en favor de la continuación del gobierno priista o un voto en favor del cambio. Para los tres partidos analizados los porcentajes de simpatía con el partido o el candidato son similares. En cambio, la razón para votar más citada por los priistas es que siempre votan por ese partido, la razón más socorrida por los votantes de la oposición es el deseo de un cambio. Este comportamiento se comprueba además al estudiar las las opiniones respecto del estado de la economía o la evaluación que hacen las personas de la gestión de sus gobernantes; cuando las opiniones son positivas tienden a votar por el PRI, cuando las personas no están conformes, votan por los partidos de oposición.

En síntesis, el estudio del electorado mexicano es factible mediante las encuestas a los votantes a la salida de las casillas. Este estudio presentó sólo algunos ejemplos del tipo de estudios que se pueden realizar con los *exit polls*. Así mismo, arrojó algunas pistas acerca de quién es el votante, quiénes votan por los diferentes partidos y sobre todo, por qué votan así. Las respuestas a estas preguntas apenas comienzan a ser respondidas, falta esperar que se acumulen más encuestas de este tipo y que contengan preguntas cada vez más precisas, lo que permitirá desentrañar las motivaciones de los votantes mexicanos. A manera de comparación, el estudio del votante en los Estados Unidos comenzó hace más de 40 años, los *exit polls* hace 25; en México no se han realizado análisis del votante por medio de estudios de opinión, los *exit polls* no tienen más de tres años. Como puede verse, queda mucho por hacer en este campo.

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

Backstron, C. H. y G. Hursch-Cesar. *Survey Research*. 2nd Ed; New York: Jonh Wiley and Sons, 1981. 495 p.

Blalock, Hubert M. *Social Statistics*. 2nd Ed; Washington: McGraw-Hill, c1979. 625 p.

Scheaffer, Richard L. *Elementos de Muestreo*. México, D.F.: Grupo Editorial Iberoamérica, c1987. 321 p.

Siegel, Sidney. *Estadística no Paramétrica: Aplicada a las ciencias de la conducta*. México, D.F.:Trillas, c1970. 344 p.

Yamane, Taro. *Estadística*. 3a Ed.; México, D.F.: Harla, c1974. 573 p.

Young, Michael L. *Dictionary of Polling: The Language of Contemporary Opinion Research*. New York: Greenwood Press, c.1992. 266 p.

### REVISTAS

Bohn, Thomas W. "Broadcasting national election returns: 1916-1948", en *Journal of Broadcasting*, 12(3) (Verano, 1968) pp. 267-286.

Bohn, Thomas W. "Broadcasting national election returns: 1952-1976", en *Journal of Communication*, 30 (Otoño, 1980) pp. 140-153.

Bush, Ronald J. y Joel A. Lieske. "Does Time of Voting Affect Exit Poll Results?", en *Public Opinion Quarterly*, XLIX, 1 (1985) pp. 94-104.

Crespi Irving. "Attitude measurement, theory and prediction", en *Public Opinion Quarterly*, XLI (1977) pp. 285-294.

"Edomex y Mérida A la salida de las casillas", en *Nexos*, 158 (febrero, 1991) pp. 65-67.

"El voto en Michoacán", en *Nexos*, 176 (agosto, 1992) pp. 81-85.

Levy, Mark R. "The Methodology and performance of Election Day Polls", en *Public Opinion Quarterly*, XLVII (1983) pp. 54-67.

Medina, Luis. "Notas sobre una encuesta". en *Examen* (1991) pp. 24-27.

Mitofsky, Warren J. "A Short History of Exit Polls", pp. 83-99.

Moon, Nick. "Exit Polls-Developing a Technique", en *Journal of the Market Research Society*, XXXIV, 3, (julio, 1992) pp. 257-268.

Sudman, Seymour. "Do Exit Polls Influence Voting Behavior?", en *Public Opinion Quarterly*, L, 3 (otoño, 1986) pp. 331-339.

Traugott, Michael W. "The Polls-A Review: Exit Polls in the 1989 Virginia Gubernatorial Race: Where Did They Go Wrong?", en *Public Opinion Quarterly*, LVI, 2 (verano, 1992) pp. 245-253.

Waller, Robert. "The Harris/ITN exit poll: 11 June 1987", en *Journal of the Market and Research Society*, XXIX, 4 (octubre, 1987) pp. 419-428.

Zeidenberg, Leonard. "Networks to pool exit polling", en *Broadcasting*, CXVIII, 10 (5 de marzo, 1990) pp. 54-55.

## **ARTICULOS NO PUBLICADOS**

Mitofsky, Warren J. y Edelman, Murray. *A Review of the 1992 VRS Exit Polls*. St. Charles, Illinois: Presentado para la sesión anual de la American Association for Public Opinion and Research, 20-23 de mayo 1993. 20 p.

VRS . *National Exit Poll November 1992*. Documento final. 5 p.

Voter Research and Surveys. How the 1992 Exit Polls will be Conducted. 3 p.

Zuckermann, Leo. *Exit Polls in Mexico*. New York: School of International and Public Affairs, Columbia University, marzo 1992. 10 p.

## **PERIODICOS**

Apple Jr, R. W. "The Economy's Casualty" en *The New York Times* (4 de noviembre, 1992) A1.

Armenares, Pedro Enrique. "Encuesta Gallup-Televisa a la salida de las casillas", en *La Jornada* (18 de agosto, 1991).

Benedetto, Richard. "Exit Poll: Economy Is Clinton's Magic Wand", en *USA Today* (4 de noviembre, 1992) p. 6.

Brownstein, Ronald. "Economic Concerns Fueled Clinton's Drive to Victory", en *Los Angeles Times* (4 de noviembre, 1992) p. 1.

Brownstein, Ronald. "Both Parties Favored Perot, Exit Poll Shows", en *Los Angeles Times* (3 de junio, 1992) p. 1.

Dobbs, Michael. "Exit poll points to support for Yeltsin", en *Washington Post* (26 de abril, 1993) p. 1.

Edsall, Thomas B. "Economy top Issue to Jewish Voters", en *Washington Post* (20 de diciembre, 1992) p. 21.

"Encuesta de Opinión Profesional S.A. en 99 casillas de 6 municipios en el Estado de México", en El Nacional, Suplemento, Portada (12 de diciembre, 1990) p. 1.

"Exit Polls Indicate Israel Power Shift". en Chicago Tribune (23 de junio, 1992) p. 1.

Glass, Andrew J. "Nice day greets Moscow voters", en Atlanta Constitution (26 de abril, 1993) p. 53.

"Gallup informa", en Uno más Uno (27 de agosto, 1991).

"Los sondeos se equivocaron en sus pronósticos electorales". El País (7 de junio, 1993) p. 29.

López Gaytán, Aurelio. "Qué son los Exit Polls?", en El Nacional (20 de agosto, 1991).

Marx, Gary. "Voters Apparently Back Peru Regime", en Chicago Tribune (23 de noviembre, 1992) p. 3.

Mitchell, Alison. "Finally, the Economy Was What Mattered Most" en The New York Times: The 1992 Elections. 2 p.

Morin, Richard. "Welcome to the World of Exit Surveys", en The Washington Post; National Weekly Edition (3 a 9 de mayo, 1993).

Opinión Profesional. "Ganó Rizzo. Coincide encuesta con resultados oficiales de CEE", en El Diario de Monterrey (8 de julio 8, 1991) pp. 1A y 2A.

Opinión Profesional. "Conoceremos resultados el mismo día de la elección: Encuesta a la salida de las casillas", en El Diario de Monterrey (7 de julio, 1991) pp. 1A y 2A.

Opinión Profesional. "Un éxito la encuesta a la salida de las casillas", en El Diario de Monterrey; Especial (10 de julio, 1991) p. 2A.

"Portrait of the Electorate", en The New York Times (5 de noviembre, 1992).

Rubinfiel, Elisabeth; Rosett, Claudia; Banerjee, Neela. "Russian referendum is projected to provide good news for Yeltsin", en Wall street Journal (26 de abril, 1993) p. 9.

Schmalz, Jeffrey. "Clinton Carves Wide and Deep Path Through Heart of Reagan Country", en The New York Times (4 de noviembre, 1992) pp. B1 y B4.

"Todas las cadenas de televisión y radio emitirán sondeos al cierre de las urnas" en Revista (5 de junio, 1993) p. 5.

Usdansky, Margaret L. "Exit Poll: Suburbanites Switch Loyalty to Clinton", en USA Today (4 de noviembre, 1992)  
p. 6.