

Departamento de Estudios Socioculturales
ETIUS, Observatorio de comunicación y cultura

ENCUESTAS DE PREFERENCIAS ELECTORALES

Autoras: Dra. Magdalena Sofía Paláu Cardona
y Mtra. María Quinn Cervantes

PUBLICACIÓN DE ENCUESTAS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

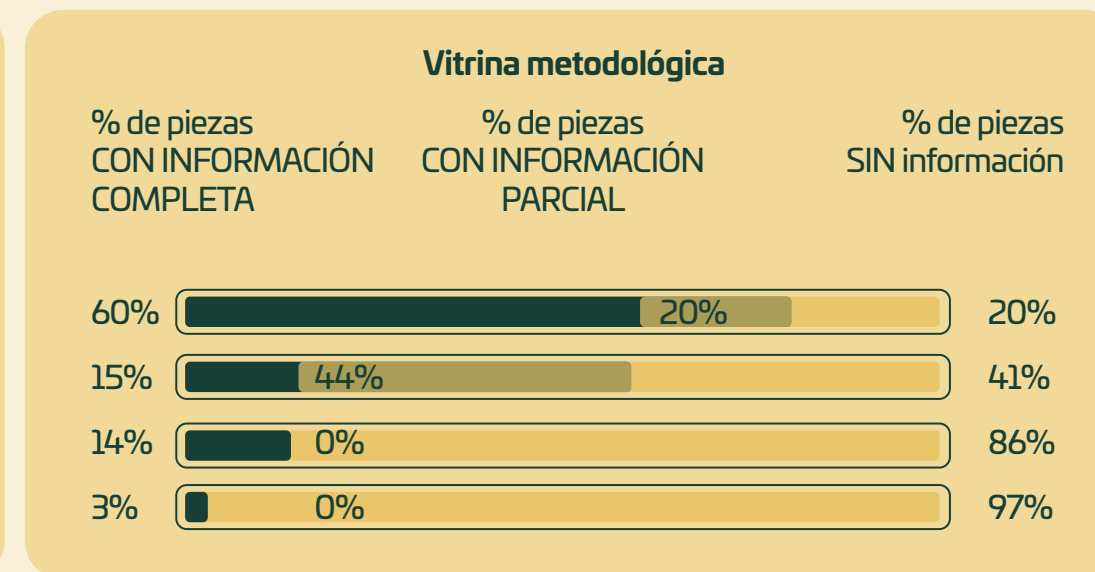
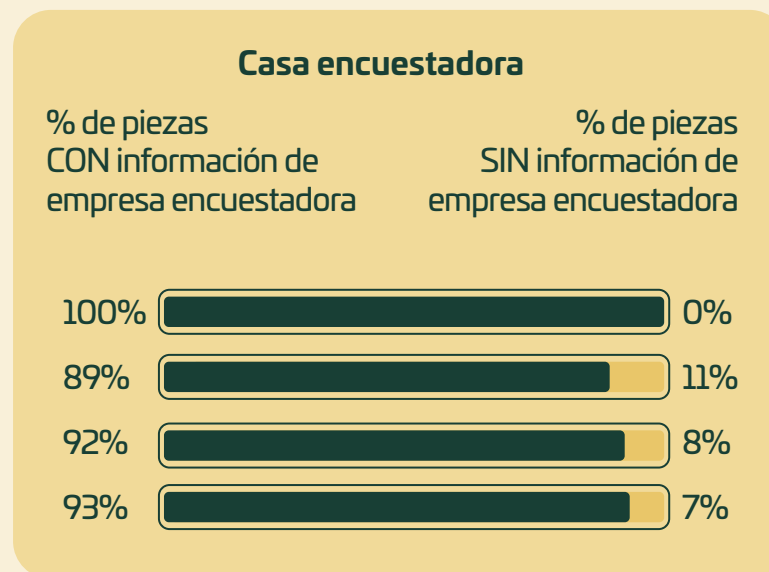
Las encuestas electorales son **mediciones de las preferencias de los votantes** en un momento determinado.

Se basan en los principios de la estadística que permiten, a partir de preguntar a una muestra representativa, **conocer la opinión** de una población.

La publicación de encuestas **también es utilizada** con fines políticos **para apoyar alguna candidatura** específica.

La **calidad** de lo que se publica sobre una encuesta se mide por la transparencia en la información respecto de **quién la realizó** (casa encuestadora) y los datos estadísticos sobre **cómo se realizó** (vitrina metodológica).

Piezas informativas que publicaron o no el nombre de la casa encuestadora que realizó el estudio durante el periodo de precampañas 20/11/2023 - 18/01/2024



PREFERENCIAS ELECTORALES⁴

Las estimaciones de preferencias electorales realizadas por las empresas encuestadoras varían porque utilizan metodologías distintas, no es lo mismo aplicar una encuesta cara a cara en **vivienda** que hacerlo **telefónicamente** o por **internet**.

También varían si el grupo de personas a las que se les pregunta por su intención de voto es una muestra estadística que representa a todos los posibles votantes o es un grupo predeterminado o que responde por iniciativa propia.



- ▶ Todas las encuestas coinciden en el orden de primacía y colocan a Sheinbaum con más preferencia de voto.
- ▶ Ambos tipos de encuestas presentan preferencias relativamente estables hacia Sheinbaum y Gálvez al comienzo y al final del periodo de precampañas y una disminución relativamente significativa, por el cambio de candidatos, en el partido Movimiento Ciudadano.
- ▶ Los márgenes de ventaja son significativamente diferentes si las encuestas se aplican en vivienda o telefónicamente.
- ▶ La ventaja es más amplia en el caso de las encuestas aplicadas en vivienda y menor en las aplicadas telefónicamente.
- ▶ El margen de ventaja se incrementó dos puntos porcentuales al final de las precampañas en ambos tipos de encuestas.