

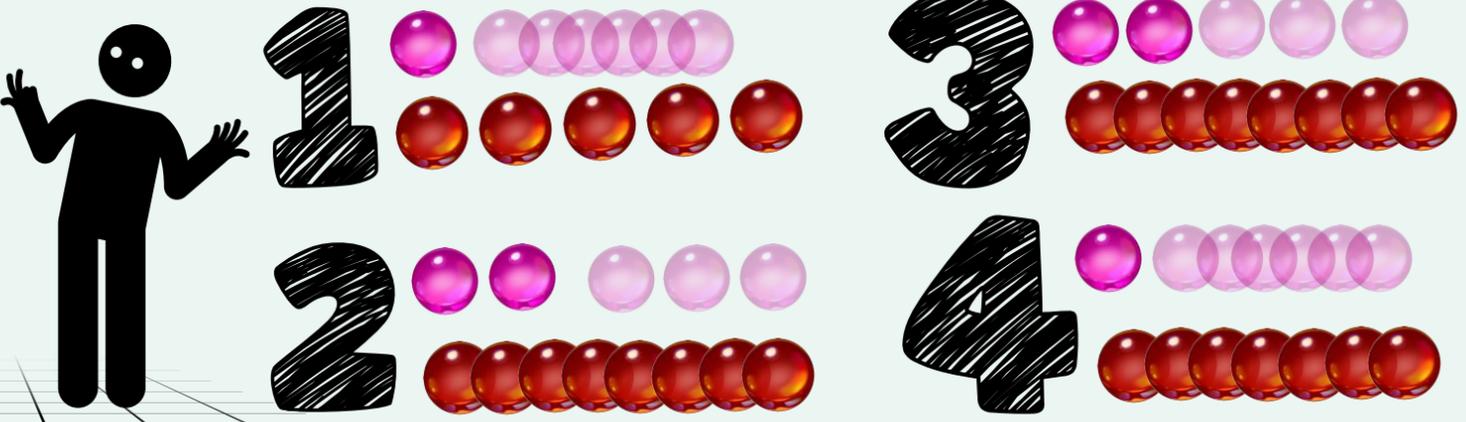
LA ILUSIÓN DE POPULARIDAD



11/04/23

Cómo las encuestadoras podrían estar beneficiando a Claudia Sheinbaum de cara a 2024

En un frasco lleno de canicas de diferentes colores, cada color representa a un candidato en una elección. Desde julio de 2023 hasta marzo de 2024, se contaron las canicas (encuestas) en 67 ocasiones, por 16 diferentes grupos (casas encuestadoras) en todo el país. Al contarlas, se vio que el 25.6% eran de un color (Xóchitl), el 52.9% de otro (Claudia), el 7.2% de un tercer color (MC), y el 13.9% no se dejaron contar (son los indecisos o los que eligen en secreto).

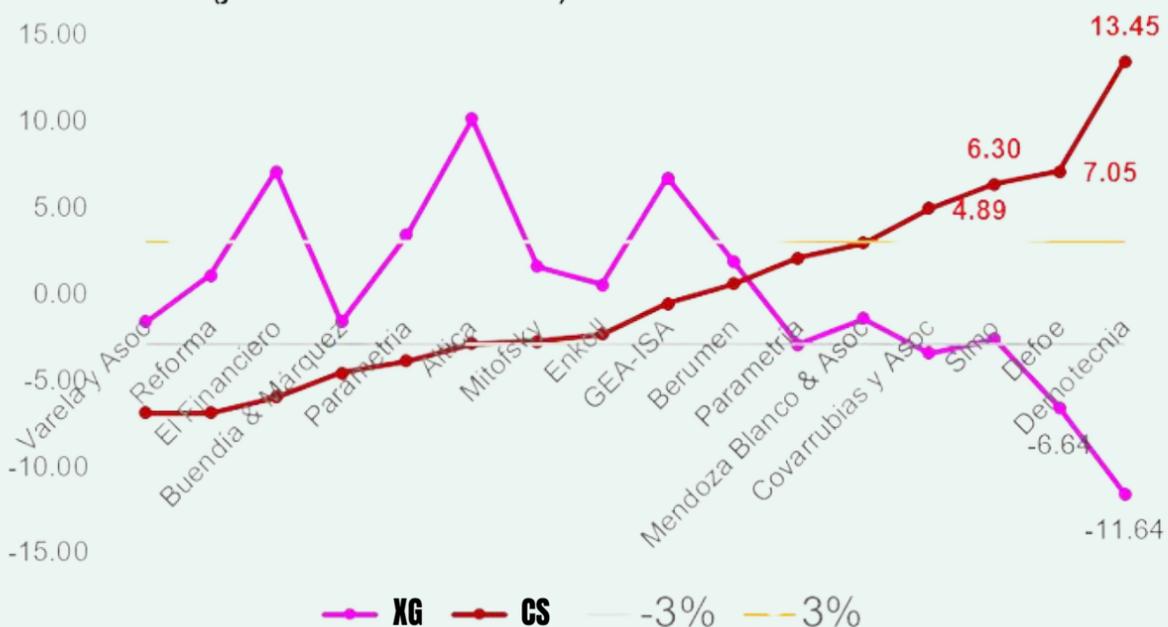


Al mirar más de cerca, algunas veces se contaron menos canicas de Xóchitl de lo que realmente había, y otras veces se contaron más. Esto se equilibró, como si algunos estuvieran quitando y otros añadiendo canicas para que el total parezca el mismo. Pero con Claudia, resulta que se añadieron más de lo que realmente había, más veces de lo que se quitaban, como si se quisiera hacer parecer que había aún más canicas de Claudia.

Esto podría hacer que parezca que más gente prefiere a Claudia, incluso si hay personas que no han decidido o que prefieren no decirlo. Es como si, al contar de esta manera, se estuviera tratando de influir en la decisión de todos sobre cuál es el color más popular.

En el gráfico, vemos que **4 casas encuestadoras están haciendo que parezca que Claudia es más popular de lo que realmente es**, superando el límite de error. Parece que el plan del partido en el poder es usar estas exageraciones para dirigir la opinión pública, haciendo que la gente crea que Claudia está ganando por mucho; **esto puede hacer que los votantes dejen de prestar atención a otros candidatos como Xóchitl** porque piensan que Claudia ya tiene la victoria asegurada.

Gráfica. Estimación porcentual de las preferencias brutas por casa encuestadora (julio 2023-marzo 2024)



Fuente: elaboración propia de oraculus.com.mx