

¿Cómo llegamos al 55% del voto efectivo por AMLO?

Carlo Varela @varelacarlo

Después de las elecciones es útil revisar y discutir con base en las encuestas cuáles fueron los eventos que marcaron un cambio en la tendencia del proceso electoral, por ejemplo: A) Las elecciones federales del 2015; B) los comicios locales del 16; C) El Gasolinazo; D) La postulación de candidatos y precampañas; E) intercampañas y, F) Las campañas electorales. A pesar de que el resultado presidencial fue uno de los más claros y contundentes de los últimos años, el proceso electoral fue más complejo de que el resultado final demuestra. Más de veinte precandidatos disputaron las nominaciones, varios de los candidatos punteros no llegaron al final, se formaron alianzas inéditas y un candidato de izquierda (que ya tenía dos participaciones) encabezó la contienda de principio a fin.

Las cifras de los cómputos distritales dieron a Andrés Manuel López Obrador candidato de la alianza “Juntos Haremos Historia” (Morena-PT-PES) 30,113,483 votos que es 54.8% del voto efectivo, Ricardo Anaya candidato de la alianza “Al Frente por México” (PAN-PRD-MC) 12,610,120 votos que es 22.9% del voto efectivo, José Antonio Meade candidato de la alianza Todos por México (PRI-PVEM-NA) 9,289,853 votos, 16.9% y el candidato independiente Jaime Rodríguez El Bronco 2,961,732 votos, 5.4% ^{1/}. AMLO tuvo 32 puntos porcentuales (pp) de diferencia con respecto a Anaya y 38 pp con respecto a Meade. La mayor diferencia entre primer y segundo lugar de los últimos 36 años.

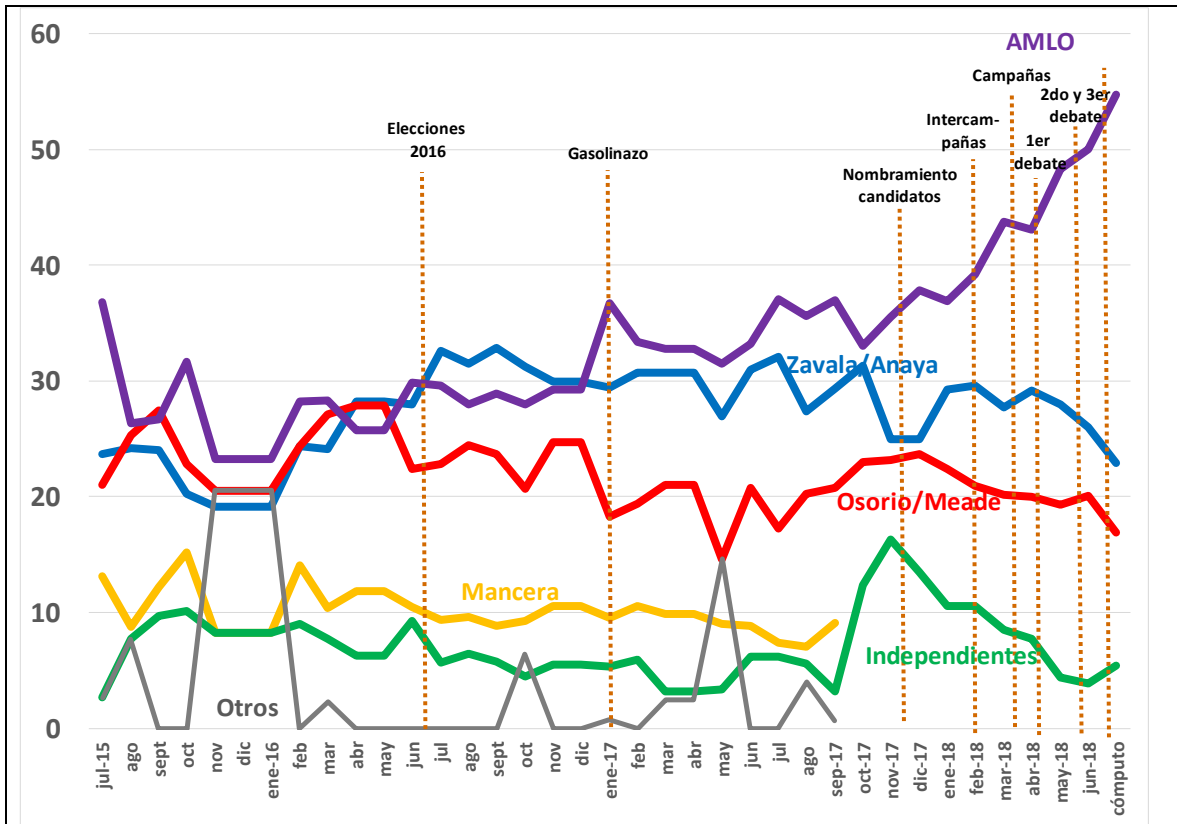
Agrupando los careos de las encuestas electorales en un promedio mensual desde julio del 2015 se construyó la gráfica 1. La complejidad de escenarios con diferentes candidatos y alianzas por partido fue una de las peculiaridades de esta elección. Del 2015 al 2017 existieron más de 20 posibles combinaciones de precandidatos y alianzas que dificultaron la comparación de escenarios entre casas encuestadoras. La más usada hasta septiembre de 2017 fue la de Margarita Zavala por el PAN, Osorio Chong PRI, Miguel Ángel Mancera PRD, Andrés Manuel López Obrador Morena y Jaime Rodríguez “El Bronco” como candidato independiente.

Durante el proceso electoral, en el PRI se manejaron por lo menos 10 nombres de posibles precandidatos; en el PAN cinco, en el PRD cuatro y como candidatos independientes cinco a seis nombres, solamente López Obrador fue el único candidato que siempre estuvo en la mente de Morena.

Gráfica 1 Intención de voto para presidente de la República (careo) promedio mensual (efectivo %) ^{2/}

^{1/} Fuente: Cómputos distritales del Instituto Federal Electoral www.ine.mx con cálculos del autor.

^{2/} / Careo entre principales candidatos de los partidos, Zavala encabezó las mediciones por el PAN y Osorio Chong por el PRI hasta septiembre de 2017, a partir de octubre se tomó en cuenta a Ricardo Anaya por PAN-PRD-MC; José Antonio Meade PRI-PVEM-NA, AMLO por Morena-PT-PES y El Bronco como candidato independiente. No se tomaron en cuenta para el promedio a las encuestadoras de Pop Group, Conteo, Suasor, Pauta.



Fuente: Varela y Asociados con datos de su archivo interno

1er evento: Elecciones federales del 2015.

Después de las elecciones federales del 2015, los partidos PRI-PVEM-NA captaron en su conjunto 42% de la votación, PAN 22%, PRD 11%, MC 6%; Morena 9% y otros partidos (PES, PH, independientes) 9% lo que fragmentó el voto de la oposición. Durante un año, los careos de las casas encuestadoras captaron la concentración del voto en tres partidos que apuntaba a una elección competida en 2018, la diferencia entre primer y tercer lugar no fue mayor a cinco pp. Durante esta etapa se mantuvo la confusión de precandidatos y alianzas ya que existían al menos veinte diferentes precandidatos con presencia mediática para contender por la nominación de sus partidos.

Los estudios demoscópicos mostraron que cualquiera de los tres principales partidos podría alcanzar la victoria, inclusive el PRI que, con altos niveles de desaprobación de Peña Nieto mantenía en ese momento una tercera parte de las preferencias. Partidos medianos comenzaron a discutir la posibilidad de formar una alianza entre ellos para postular a un cuarto candidato que compitiera frente a los grandes contendientes.

Durante este periodo, junio 2015 a mayo 2016, se especuló que el PRI podría ser competitivo porque las encuestas que se publicaron en doce estados del país pronosticaban una victoria frente a las alianzas del PAN-PRD en seis estados del país; Morena no presentaba una fuerza real en esas elecciones.

2do evento: Elecciones locales del 2016

Con las elecciones locales del 2016 y la sorpresiva derrota priista en varias entidades del país, la alianza PAN-PRD ganó puntos por lo que en las encuestas el PAN subió y el PRI cayó. En el segundo semestre del 2016, los panistas registraron un incremento de tres pp y el PRI una caída de cinco, Morena se mantuvo estable en las mediciones. Esta fue la primera caída priista, nunca el promedio de encuestas lo pondría tan competitivo como lo fue hasta junio. A partir de este momento comenzó a abrirse la brecha entre Osorio por el PRI y los dos primeros lugares: Zavala por el PAN y AMLO por Morena.

Parte de la explicación de los triunfos panistas se dio por la formación de alianzas PAN-PRD y por la alta corrupción de los gobiernos estatales. Estos dos elementos estuvieron presentes en la campaña presidencial y marcó la ruta a seguir del abanderado panista: formar una alianza con varios partidos y (casi) prometer cárcel al presidente.

3er evento: El gasolinazo

El primero de enero del 2017, el precio de la gasolina se incrementó 20% y el gas LP hasta 39% lo que tumbó la aprobación presidencial a un nuevo nivel histórico de 12%³/ esto provocó el enojo ciudadano, 70% opinó sentirse muy enojado con el gasolinazo⁴/ y 80% deseaba cambiar de partido en el gobierno/⁵. A partir de esta fecha, los precandidatos del PRI comenzaron a rondar 20% de la votación. El disgusto ciudadano no fue capitalizado por el PAN⁶/ sino por Morena, su precandidato López Obrador rebasó al PAN y captó votaciones superiores a 35%, el PAN se quedó en 30's y el PRI en 20's. Aquí todavía se pensaba que los votos de Mancera en el PRD podrían ser capitalizados en una alianza con el PAN.

Durante la primera parte del 2017, AMLO lideró las encuestas y esta ventaja nunca la perdió durante todo el proceso, muy pegado a él se encontraba la precandidata Margarita Zavala a unos puntos de distancia y en un lejano tercer lugar Osorio que seguía siendo su candidato más competitivo del PRI.

Las gráficas 2 y 3 muestran el promedio trimestral de intención de simpatizantes de cada partido sobre quién podría ser su abanderado. Durante dos años por el PAN, Margarita Zavala encabezó las preferencias entre simpatizantes panistas. Lo mismo sucedió con el PRI, donde Osorio Chong siempre encabezó las preferencias entre simpatizantes priistas, durante este periodo el PRI estuvo sondeando nombres de posibles candidatos: Narro, de la Madrid, Nuño, Meade, Videgaray etc. Esta relación hizo que prácticamente fueron pocas las encuestadoras que consideraran un careo entre Anaya como abanderado de una alianza PAN-PRD-MC, José Antonio Meade por PRI-PVEM-NA, AMLO de la alianza Morena-PT-PES y Margarita Zavala y El Bronco como candidatos independientes. Fueron muy pocos careos que tomaron en cuenta a los candidatos que finalmente aparecieron en la boleta. La alianza Morena-PT-PES se consolidó hasta diciembre.

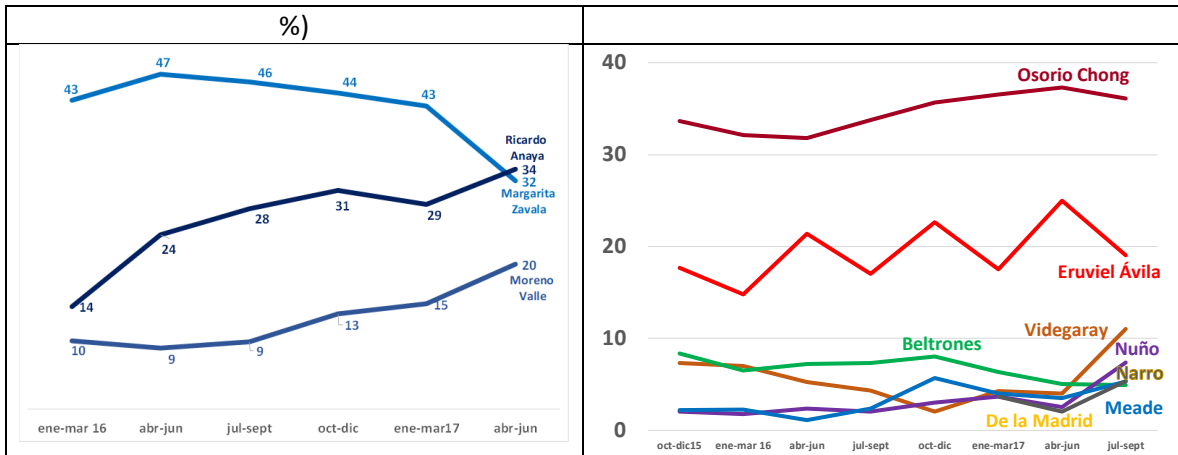
Gráfica 2 Promedio trimestral de voto para precandidato panista (simpatizantes panistas)	Gráfica 3 Promedio trimestral de voto para precandidato priista (simpatizantes priistas %)
---	---

³ / Periódico Reforma del 18 de enero del 2017.

⁴ / GEA-ISA marzo 2017.

⁵ / Periódico Reforma julio 2017.

⁶ / E n esos momentos ocupaba el primer lugar pero la población percibió que el PAN fue parte del aval a la reforma energética y eso implicaba liberar y aumentar el precio de la gasolina.



Fuente: Varela y Asociados con datos de su archivo interno

4to evento: La postulación de candidatos y precampañas.

Margarita Zavala renunció al PAN a principios de octubre y anuncia su candidatura independiente; el primero de diciembre se nombra a José Antonio Meade candidato del PRI-PVEM-NA y nueve días después Ricardo Anaya dejó la presidencia de su partido para buscar la candidatura del Frente Ciudadano formado por PAN-PRD y MC. El 15 de diciembre comenzaron las precampañas que duraron 60 días.

El proceso de selección interna y las precampañas fueron una farsa para la ciudadanía ya que no hubo competencia interna, las tres alianzas registraron un solo candidato, lo único que hicieron fue recorrer el país y esbozar sus propuestas de campaña. Las encuestas publicadas al inicio de las precampañas daban a AMLO una ventaja de diez puntos sobre Meade y Anaya que estaban empatados y al finalizar las precampañas Anaya le sacaba entre ocho a diez pp a Meade y había tres claros escalones: AMLO en los cuarenta, Anaya en los veinte altos y Meade en los veinte bajos. La estrategia priista de que entre más se conociese a Meade más iba a subir en las encuestas tuvo un efecto contrario al pegársele todos los negativos del PRI.

5to evento: Las intercampañas.

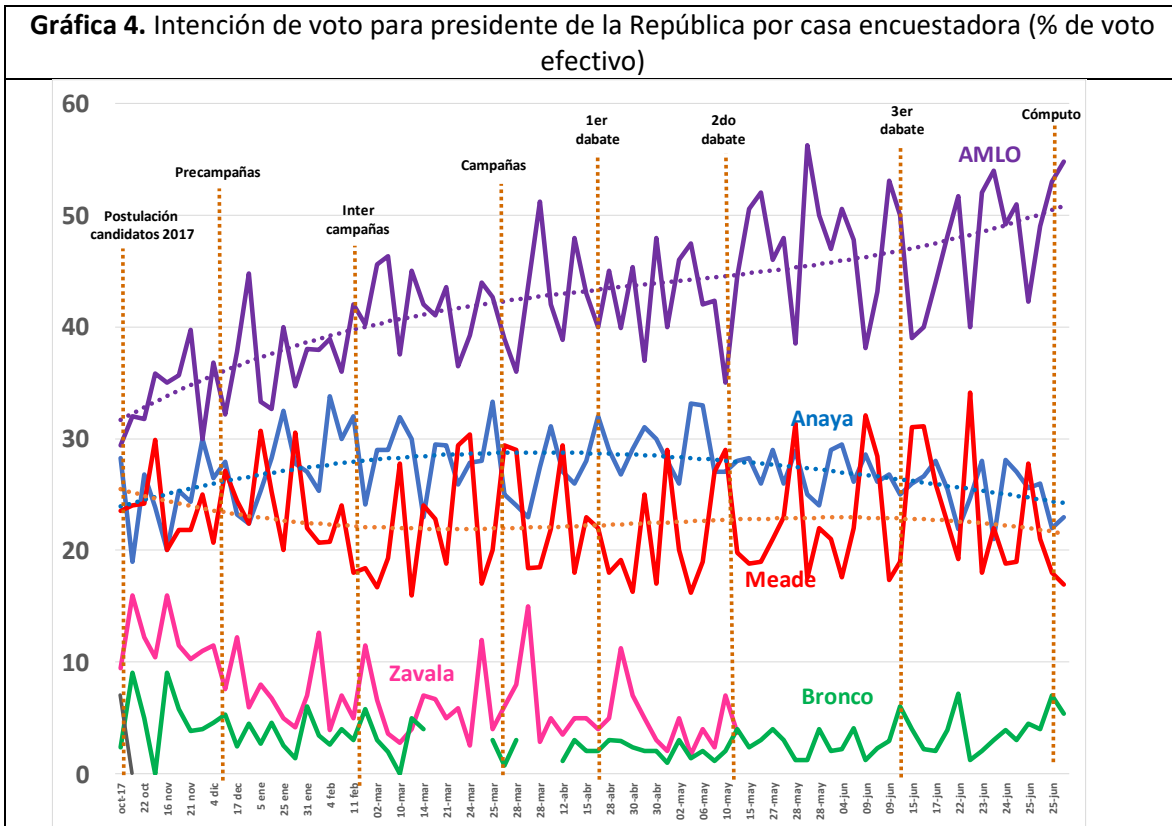
Al iniciar el periodo de intercampañas comenzó una campaña mediática denunciando a Anaya de Lavado de dinero, durante 45 días, Anaya el gobierno federal y el candidato del PRI intercambiaron ataques sobre este acontecimiento. El promedio de encuestas mostró que mientras se atacaban el segundo y tercer lugar el que se beneficiaba era el puntero: AMLO creció cinco puntos y Meade y Anaya cayeron. Las acusaciones en contra de Anaya fueron fundamentales para que AMLO se despegara a quince puntos de distancia, la imagen del panista empeoró y para un porcentaje de la población, PAN y PRI representaban la misma corrupción que se buscaba erradicar en México. Podría decirse que el ataque arrastró la imagen del PAN y de su candidato a los terrenos del PRI.

6to evento: Las campañas y sus respectivos debates.

Guerra de Encuestas

Desde enero del 2018, se publicaron encuestas que mostraron una tendencia contraria al consenso. Si bien el promedio de encuestas con reconocimiento y experiencia en el campo

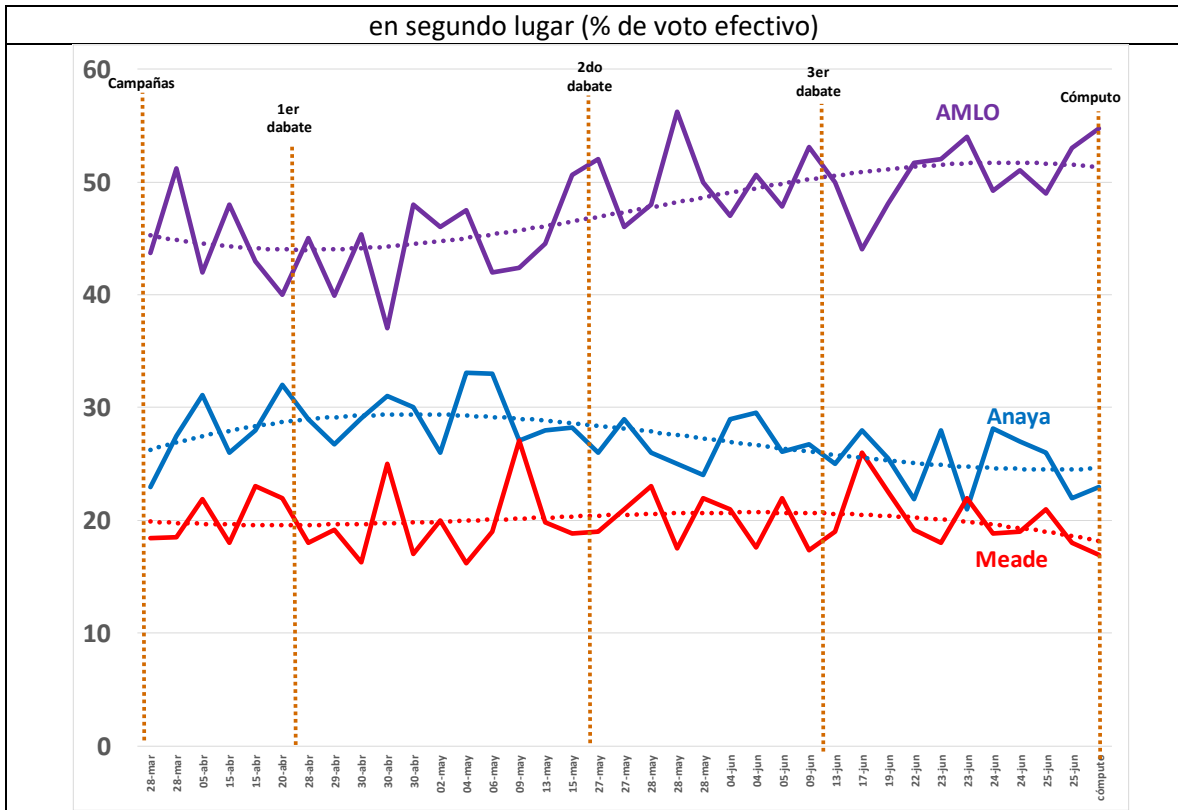
electoral promediaba a AMLO con 40%, Anaya 30% y Meade cerca del 20%, varias encuestadoras publicaron a Meade en segundo lugar y cercano a López Obrador: Suasor, Pop Group, Conteo, Pauta, Numerus entre otras. La gráfica 4 muestra como AMLO siempre estuvo en el primer lugar en las encuestas, pero al graficar todas las encuestas no se distinguía claramente quién le seguía. Aunque las “agregadoras” ponderaron muy bajo a las encuestas que ponían a Meade en segundo lugar en ciertos círculos de la población estuvo presente la preguntaba sobre quién era el que lo ocupaba. Lo que estaba detrás de la guerra de encuestas era el voto (in)útil. Era irónico pensar que la discusión se centraba en quién ocupaba el segundo lugar cuando la diferencia con el puntero era mayor a veinte puntos.



Fuente: Varela y Asociados con datos de su archivo interno.

Al tomar solo a las encuestadoras con experiencia electoral se construyó la gráfica 5 que muestra la evolución con mayor detalle la evolución de las tendencias de abril a junio. AMLO comenzó la campaña con casi veinte puntos de ventaja sobre Anaya y éste de 10 pp sobre Meade. Después del primer debate, la campaña de Anaya creció algunos puntos a costa de AMLO hasta arañar el 30%, la ventaja con AMLO se cerró a quince puntos. Este momento fue lo más cerca que estuvo el panista de López Obrador. Otros eventos que cambiaron la tendencia en la intención de voto fueron el segundo y tercer debate donde López Obrador revirtió la tendencia a costa de Anaya y su ventaja creció a más de 25 puntos de diferencia sobre Anaya. El consenso de encuestas mostró que la intención de voto por Meade prácticamente se quedó estancado durante los meses de campaña.

Gráfica 5. Intención de voto para presidente de la República sin encuestas que ponen a Meade

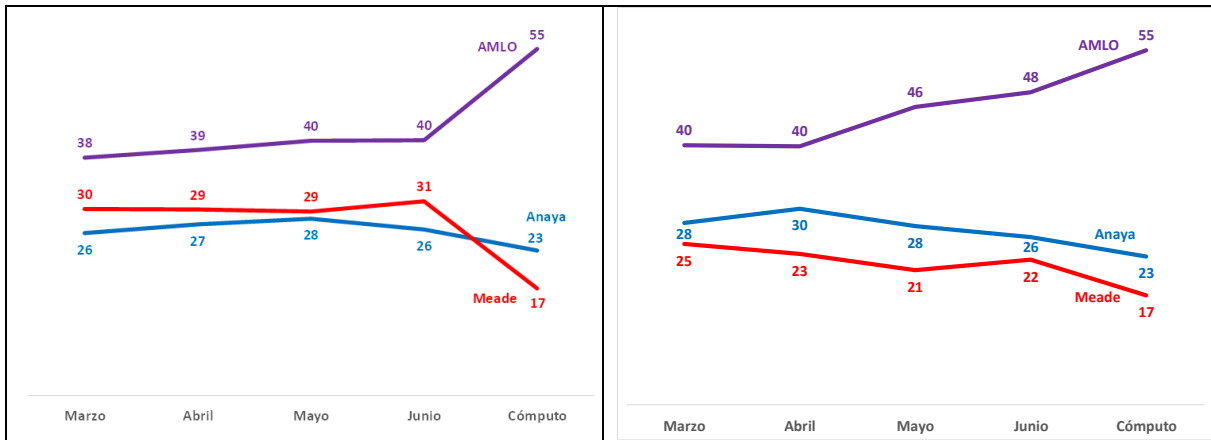


Fuente: Varela y Asociados con datos de su archivo interno.

AMLO siempre estuvo en primer lugar, nunca se dudó del lugar que ocupaba, pero sí de la distancia que mantenía con respecto al segundo y cuál de los dos lo ocupaba. De acuerdo con su narrativa se agrupó a las encuestas en tres grupos: A) Aquellas que pusieron siempre a Meade en segundo lugar (gráfica 6) y lo justificaban por la caída en la imagen de Anaya, los priistas las usaron como propaganda al repetir y tuitear constantemente que la campaña de Meade crecía, que había rebasado al segundo y estaba a pocos puntos de López Obrador, sus últimas encuestas ponían en promedio a Meade en 31% a nueve puntos de AMLO (40%) y cinco arriba de Anaya (26), en este grupo estaban Pop Group, Suasor, Numerus, Conteo y Pauta. B) Aquellas que mantuvieron siempre una distancia más cerrada entre segundo y tercer lugar, casi empate técnico (gráfica 7) tenían a López Obrador por debajo de 50% y a Meade por arriba de 20%, su promedio final puso a AMLO 49%, Anaya 26 y Meade 22, para ellas, la competencia estaba abierta 23 puntos de AMLO sobre Anaya y 27 sobre Meade, éstas fueron: Consulta, GEA-ISA, Financiero, BGC y Polithink, y, C) las que consideraban que la elección estaba más abierta y la competencia electoral era de tres claros escalones (gráfica 8) ; estas encuestas desde mayo pusieron a AMLO por arriba de 50%, a Anaya en segundo con una clara ventaja sobre Meade que siempre estuvo por debajo de 20%. El promedio de sus últimas encuestas fue: 51% AMLO, 26% Anaya y 18% Meade, la diferencia entre AMLO y Anaya fue de 25 pp y con respecto a Meade de 33 pp, estas casas encuestadoras fueron: Reforma, Arcop, Parametría Demotecnia, Enkoll, Berumen-Ipsos y Varela.

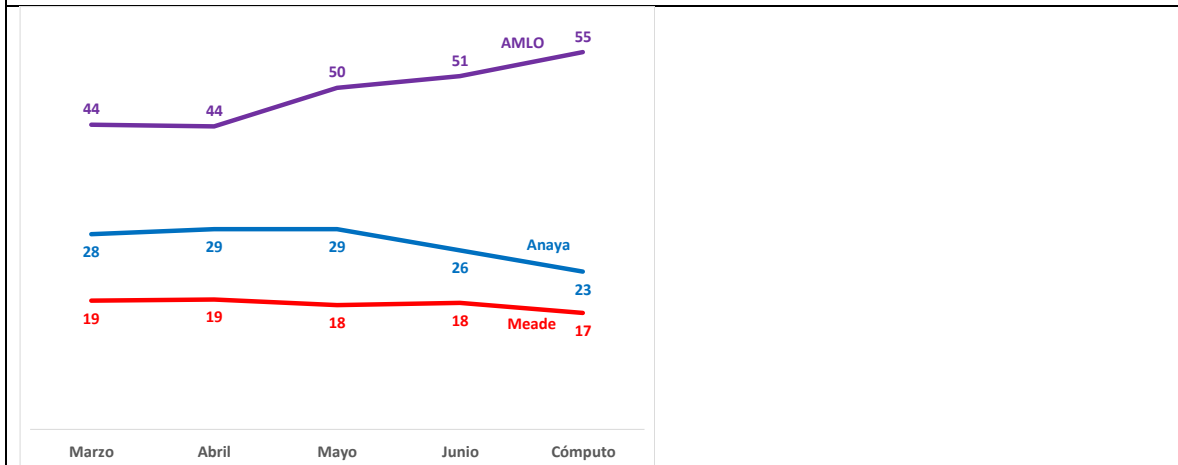
Gráfica 6 promedio de encuestas que siempre pusieron a Meade en segundo lugar

Gráfica 7 promedio de encuestas que mantuvieron un empate técnico entre Anaya y Meade



Fuente: Varela y Asociados con datos de su archivo interno. Cálculos del autor.

Gráfica 7 promedio de encuestas que mantuvieron a Anaya con una clara ventaja sobre Meade



Fuente: Varela y Asociados con datos de su archivo interno. Cálculos del autor.

La tabla 1 muestra el porcentaje de votación de los cuatro contendientes para las encuestas que publicaron su último dato durante junio, además la diferencia entre AMLO y Anaya, de AMLO con Meade, el margen de error promedio y si acertaron o no al segundo lugar que fue una discusión central durante la campaña.

Tabla 1 Porcentaje de votación de las últimas encuestas

Voto Efectivo														
	Empresa	Anaya PAN-PRD-MC	Meade PRI-PVEM-PES	AMLO Morena-PT-PES	Bronco	Dif. AMLO-Anaya	Dif. AMLO-Meade	Error Anaya	Error Meade	Error AMLO	Error Bronco	Margen de error promedio	Acertó segundo lugar	
1er grupo	Pop Group	25	34	40	1	15	6	2	17	15	4	9.5	No	
	Conteo	27	31	40	2	13	9	4	14	15	3	9.0	No	
	Numerus	26	31	39	4	13	8	3	14	16	1	8.6	No	
	Suasor	26	28	42	4	17	14	3	11	13	1	6.8	No	
2do grupo	GEA-ISA	28	26	44	2	16	18	5	9	11	3	7.1	Sí	
	Consulta	26	23	48	4	23	26	3	6	7	2	4.1	Sí	
	BGC	26	21	49	4	23	28	3	4	6	1	3.6	Sí	
	Moreno/Financiero	21	22	54	3	33	32	2	5	1	2	2.6	No	
3er grupo	Varela	28	19	49	4	21	30	5	2	6	2	3.6	Sí	
	Arcop	28	18	52	2	24	34	5	1	3	3	3.1	Sí	
	Reforma	27	19	51	3	24	32	4	2	4	2	3.1	Sí	
	Demotecnia	25	19	50	6	25	31	2	2	5	1	2.4	Sí	
	Berumen/Ipsos	27	17	53	3	26	36	4	0	2	2	2.1	Sí	
	Enkoll/Silla Rota	22	19	52	7	30	33	1	2	3	2	2.1	Sí	
Parametría	22	18	53	7	31	35	1	1	2	2	1.4	Sí		
Cómputo oficial		23	17	55	5	32	38							

Fuente: Cálculos del autor

Los resultados del cómputo final en voto efectivo fueron: AMLO 54.8%, Anaya 22.9, Meade 16.9 y una diferencia AMLO-Anaya de 32 pp y de AMLO-Meade de 38.

El primer grupo de encuestas: las priistas porque siempre pusieron a Meade en segundo lugar promediaron una intención de voto para AMLO de 40% con una diferencia promedio menor a diez puntos con respecto a Meade que promedió una intención mayor a 30%. En promedio, tuvieron un margen de error de 8.5%, no acertaron al segundo lugar y la diferencia menor a 9% que pronosticaron entre AMLO y Meade fue en realidad de 38 pp.

Los otros dos grupos estuvieron bien en sus pronósticos, casi todas acertaron al segundo lugar, solo El Financiero no, y las que más se acercaron al resultado oficial fueron las del grupo tres que tuvieron en promedio un menor margen de error y la diferencia entre AMLO y Meade fue más cercana al resultado oficial.

Conclusión

Los resultados electorales finalmente sorprendieron por la amplia ventaja que tuvo AMLO sobre sus contendientes: 32 y 38 puntos de ventaja es una diferencia que no se veía desde hace más de 35 años. A diferencia de otras elecciones como la del 2000 y 2006, donde las campañas decidieron al partido ganador ahora solo sirvieron para incrementar la ventaja de AMLO, pero la victoria de Morena se gestó desde años atrás: las derrotas del 16, el gasolinazo que desató el enojo ciudadano, el bajo nivel de aprobación del presidente, temas de corrupción, etc. impulsaron a AMLO al primer lugar que nunca perdió y que fue creciendo en cada evento que se suscitaba: postulación de candidatos, precampañas, intercampañas y segundo y tercer debate.

En el PRI, dos eventos lo derrumbaron su intención de voto fueron: a) la derrota sufrida en las elecciones locales del 16 y b) el gasolinazo. Después de esto nunca pudo remontar en las encuestas Meade nunca pasó de 20% en la intención de voto. En el PAN, la historia fue similar ya que existieron eventos que frenaron el potencial crecimiento que se esperaba de formar una alianza entre varios partidos: las constantes críticas de los Calderonistas, el proceso de selección de su candidato, la mala operación política de su presidente y el ataque sufrido en la intercampaña mermaron la imagen de su candidato presidencial.

Si comparamos la intención de voto de las encuestas antes de la campaña con el resultado final, se observa como la campaña de AMLO incrementó su porcentaje de votación diez pp mientras que la de Anaya y Meade cayeron en promedio seis y cuatro. Posiblemente la campaña de AMLO haya sido de las mejores de los últimos años mientras que la de Anaya y Meade de las peores. Recordando los procesos anteriores, en 2006, Calderón ganó la elección al subir seis pp durante la campaña, en 2012 AMLO subió nueve, aunque no ganó, en el 2000 Fox creció cinco y ganó. De las campañas con peores resultados fue en 2012 la de Peña Nieto que, aunque ganó perdió nueve entre el inicio de la campaña y el resultado final, Madrazo en 2006 y Labastida en 2000 perdieron seis puntos; en 2012 Josefina perdió cuatro y en 2006, AMLO perdió cinco y con ello la presidencia.

La evolución de las encuestas muestra que, si hubo cambios desde años antes de la contienda y que AMLO realizó una de las mejores campañas, pero esto no hubiera sido posible si las campañas panistas y priistas no hubieran sido mediocres. Todavía queda mucho por estudiar: ¿cuál fue el papel de los candidatos? las estrategias de campaña, el impacto de los spots, pero por lo pronto las encuestas marcan los eventos que modificaron la intención de voto y su impacto en las tendencias electorales.

Sobre las encuestas al comparar los grupos frente al consenso podemos destacar que hubo un grupo de encuestas que consistentemente durante los últimos seis meses insistieron en posicionar a Meade en segundo lugar y a una corta distancia de AMLO cuando la realidad fue mucho muy diferente. Del resto de las encuestas, la gran mayoría, acertaron en pronosticar el lugar en el que iban a quedar los principales contendientes, aunque fueron rebasados por la amplia ventaja que AMLO tuvo sobre el resto de los candidatos.