



MASSIVE CALLER, MÉXICO ELIGE Y OTRAS EMPRESAS NO VENDIERON SUS RESULTADOS, VENDIERON SUS EMPRESAS

ARTURO ÁVILA ANAYA / ANALISTA POLÍTICO, EXPERTO EN SEGURIDAD NACIONAL HARVARD / @ARTUROAVILA_MX

Hay que destacar que sí hay estudios demoscópicos serios y empresas de este ramo serias

Las encuestas no mintieron. Al contrario fueron en promedio y en su mayoría muy exactas, en virtud de que previeron el triunfo contundente de la doctora Claudia Sheinbaum Pardo. Sin embargo, casos como Massive Caller y México Elige no vendieron sus resultados, de facto vendieron sus empresas a Claudio X. González.

Las encuestas fueron evidentemente objeto de una enorme discusión durante la pasada campaña, y luego de los resultados que dio a conocer el INE, se demuestra que algunas de ellas pasaron de ser estudios para elaborar estrategias y políticas públicas a instrumentos de clara propaganda política que deben ser controlados.

Más allá de las encuestas que se venden al mejor postor como ocurrió en el pasado proceso electoral del 2018 y ahora en 2024, y que son el gra-

nito en el arroz, honestamente hay que destacar que sí hay estudios demoscópicos serios y empresas de este ramo serias.

Por ejemplo, podemos mencionar que las casas de opinión pública que estuvieron más ciertas son De las Heras/Demotecnia, **Heraldo-Covarrubias**, Mendoza y Blanco, Mitofsky, Berumen, Enkoll, GEA/ISA, TR research, Poligrama, Parametría y otras más.

De las que le doy un enorme reconocimiento son a la de este diario, **El Heraldo en alianza con Covarrubias** y a Rodrigo Galván de las Heras, quien siempre defendió la imparcialidad de la industria de las encuestadoras y denostó a aquellas irregulares, no le importó debatir incluso en va-

rias ocasiones con Carlos Campos y decirle en su cara que mentía y salió en defensa de las encuestadoras serias.

El 85 por ciento de estas empresas son profesionales y serias, pero hay excepciones que le hacen mucho daño a este sector, como las siguientes que tuvieron un pésimo desempeño, y que incluso algunas es muy seguro que vendieron sus resultados:

Massive Caller, México Elige, LaEncuestaMX, y otras fueron las que registraron resultados más erróneos en la pasada elección. Por eso cuando arribe a la siguiente legislatura federal en la Cámara de Diputados habré de presentar una iniciativa para regular las encuestadoras y que no vendan sus resultados con fines propagandísticos.

Hoy sabemos perfectamente que Massive Caller ha sido beneficiaria de contratos millonarios, toda vez que fue contratada por la campaña de Anaya en el 2018, quien le pagó cuatro millones 640 mil pesos, según consta en los reportes de gastos presentados ante el INE.

Por otro lado, está un encuestador serio como Rodrigo Galván, director general de De las Heras-Demotecnia, quien en entrevista para *MVS Noticias* afirmó que lo tacharon de a loco, porque ellos decían que iba a ver 2 a 1 puntos entre el primero y segundo lugar.

Explicó que había dos narrativas, "quienes de principio a fin dimos una elección abierta con millones de diferencia, y los otros que quisieron acercar la elección y llevar la narrativa de que había competencia". Finalmente, el grupo encabezado por Galván tuvo la razón con base en la realidad que la doctora Sheinbaum siempre estuvo a la cabeza en el proceso electoral rumbo a la Presidencia de México.

"Habré de presentar una iniciativa para regular las encuestadoras y que no vendan sus resultados con fines propagandísticos".