



asuntos  
públicos

— .cl



Centro de estudios del desarrollo

f /asuntospublicos

@ced\_cl

Novedades

11/12/2017

Economía

Fracaso de las encuestas  
políticas y necesidad de  
regulación

04/12/2017

Política

La competencia por lucrar  
como motor del capitalismo

27/11/2017

Política

Los Paisajes de Conservación,  
futuros sostenedores  
ecológicos del SNAP:  
Experiencias en Chile

20/11/2017

Política

Los Paisajes de Conservación,  
futuros sostenedores  
ecológicos del SNAP:  
Institucionalidad

14/11/2017

Economía

Los fantasmas del Proyecto  
MILENIO

Acerca de

Este informe ha sido preparado  
por el Consejo Editorial de  
asuntospublicos.cl.

©2000 asuntospublicos.cl.  
Todos los derechos reservados.

Se autoriza la reproducción, total  
o parcial, de lo publicado en este  
informe con sólo indicar la  
fuente.

# Informe 1320

## Economía

11/12/2017

Fracaso de las encuestas políticas y necesidad de regulación<sup>1</sup>

Andrés Sanfuentes

Las encuestas políticas han caído en el desprestigio después de los resultados de la última elección y con razón.

La pregunta que surge es la causa de estos resultados. Es posible plantear varias hipótesis que incluso pueden actuar simultáneamente:

- 1) La acusación más frecuente ante los desaciertos son las motivaciones políticas de los responsables, que buscan complacer a quienes se las encargan -al mandante- y de esta forma guiar a la opinión pública, como ocurrió en varios casos, en que algún candidato presidencial más que duplicaba o reducía las preferencias en el curso de una semana, lo cual no es posible en este tipo de procesos. Curiosamente después de la elección una de las empresas más equivocadas corrigió sus últimos datos dando en un cuasi "empate técnico" a Piñera y Guiller, trasladando votantes respecto a sus predicciones de la primera vuelta como si fueran rebaños.
- 2) En muchos casos las encuestas políticas no son el principal "negocio" de las empresas en que, como es lógico, buscan rentabilizar su actividad global, vendiendo otras materias relacionadas con estudios de mercado, de relaciones humanas y aspectos laborales que los clientes desean conocer. Aquí, el elemento de confianza es muy importante.
- 3) La creencia que los resultados de las encuestas pueden ayudar a guiar a los electores está muy difundida, a lo cual contribuyen de manera ostensible los medios de difusión, en especial la prensa escrita y la televisión, como quedó manifestado en un programa televisivo de los domingos en que se mostraba la encuesta semanal de la empresa actualmente más cuestionada. La concentración existente en estos medios permite el intento de actuar sobre los eventuales votantes. Los avances logrados en la regulación del financiamiento de la política no han entrado en la reglamentación de esta área tan delicada.
- 4) El uso inapropiado del instrumento, ya que es muy diferente hacer una encuesta política que tiene repercusiones que afectan a toda la sociedad, a usarla para medir aspectos específicos como el desempleo, las ofertas de La Polar, el terrorismo en La Araucanía, los regalos de Farkas o la simpatía de Yerco Puchento.

<sup>1</sup> Agradezco los comentarios de Arantza Villanueva a una versión previa.

- 5) La temporalidad de las opiniones o hechos concretos que se trata de medir. Este es un aspecto esencial, atendida la fluidez e inestabilidad de los encuestados a través del tiempo, especialmente en materia política, dado su desinterés o lejanía. Además, es muy distinto estar consultando fenómenos transitorios o comportamientos de largo plazo, aspectos momentáneos o decisiones con efectos permanentes.
- 6) La muestra utilizada, el cuestionario y la interpretación de los resultados pueden diferir, incluso en encuestas sobre temas similares.
- 7) La ausencia de normativa, a diferencia de otros países, permite su uso interesado, en especial de aquellas de carácter político.

### Censos y muestras

Tratar de medir los comportamientos o características de la población tiene un alto costo en términos del uso del tiempo, de recursos humanos y financieros. Por lo tanto, se utiliza en muy connotados casos y no siempre se obtienen resultados enteramente satisfactorios. Un ejemplo es el último Censo de Población y Vivienda efectuado en Chile. Sin embargo, incluso en estos casos se calcula el llamado “error muestral y los intervalos de confianza” para determinar la confiabilidad de la información obtenida.

Por esa razón, las encuestas generalmente utilizan muestras representativas de la población objetivo para alcanzar los resultados y su selección es un aspecto central para establecer la representatividad obtenida. El marco muestral es clave al respecto y su confección es de alto costo, porque la población objetivo es cambiante en el tiempo; el mejor ejemplo es el INE cuando la meta es tener representatividad territorial, ya que hace seguimiento de las transformaciones geográficas y demográficas. Cuando se dispone de ese marco, es posible seleccionar una muestra confiable. Sin embargo, en el contexto actual de esta especialidad en Chile, hay que tomar con precaución los resultados. En este sentido, quienes trabajan con muestras más representativas son el INE y la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile en sus encuestas de empleo e ingresos de carácter nacional. En todo caso, es posible comprar al INE muestras representativas para objetivos específicos.

Se agrega al cuadro anterior el que la categorización de la población debe clasificarse en segmentos que no siempre son precisos. Por ejemplo, en las encuestas de empleo la definición de empleado o desocupado no es nítida, así como las remuneraciones expresadas. En todo caso, tienen un alto grado de rigurosidad en ambas instituciones.

### Las cuotas y otros sesgos

Otras encuestas utilizan distintos instrumentos para examinar a la población en alguna de sus características o condiciones. Por ejemplo, establecer cuotas por determinados atributos o particularidades como sexo, edad, tipo de trabajo, zona de residencia que deben tener los entrevistados. Una vez establecida la magnitud del cupo asignado debe buscar aquellos que los satisfagan. Obviamente, como la probabilidad de encontrarlo no es igual, hay condiciones más difíciles de lograr, lo cual introduce sesgos conocidos; por ejemplo, salidas del metro o desplazamientos en los centros de consumo.

Las encuestas políticas tienen un precario diseño que les hace perder certeza, como es el caso de mezclar consultas telefónicas de redes fijas y celulares, con lo cual se pierde representatividad, pues se dispondrá de información sesgada. Algo similar acontece con las muestras en que se fijan cuotas por determinadas condiciones, como sexo, edad y otras características que deben cumplir los encuestadores, lo cual se agrava cuando son de tipo callejero; pero, prima el bajo costo.

Otra imperfección que se puede observar en aquellas de materia política son los sesgos que ocurren con frecuencia y que pueden haber tenido mucha importancia; se ha sostenido que los segmentos socioeconómicos bajos estuvieron sub representados pero, por otro lado, es posible que también entrevistar a los segmentos ABC1 tenga dificultades (“no abren la puerta”).

Por otra parte, hay segmentos de difícil cuantificación que no dicen la verdad al ser entrevistados. Se ha señalado que puede haber influido en la baja predicción en el caso de las candidaturas de Kast y Sánchez, que por representar posiciones más extremas se escondiera la preferencia (“es mal visto señalarla”).

Otras “disculpas” esgrimidas por los responsables de su fracaso en los recientes sondeos son difíciles de comprobar y por lo tanto, no tienen validez, como que transcurrió un tiempo entre la encuesta y la elección, entre tanto cambiaron las preferencias (¿tanto?) y una respuesta curiosa: le achuntaron al orden de llegada, aunque no a los cuerpos de ventaja entre ellos ¡¡¡

### El cuestionario

El cuestionario es otro elemento decisivo, sobre todo cuando las preguntas incitan a determinadas respuestas o admiten diversas interpretaciones. Se requiere un alto grado de especialización en la confección de cuestionarios “neutros”, que no induzcan las respuestas que puedan resultar sesgadas. En esta materia las diversas alternativas disponibles: preguntas abiertas, con categorías pre establecidas o del tipo si-no pueden entregar resultados diferentes y sujetos a distintos análisis. También influyen la longitud de la entrevista, el lugar en que se realiza la conversación, el día y hora del evento y otros aspectos que pueden alterar las respuestas.

A lo anterior se suma la calidad de los encuestadores y los mecanismos de control para evitar que representen la opinión de la población objetivo y no sean inventadas. Tampoco es muy claro que los entrevistados respondan lo que realmente piensan y no lo que creen que es lo “políticamente correcto”.

### Interpretación de los resultados

Lo que es claro es que el sentido que se busca medir dependerá de las características del grupo objetivo, la temporalidad que se ha seleccionado, los grupos sociales examinados, la región escogida, los niveles educacionales, de ingreso u otros aspectos, lo cual generará procesos diferentes a ser analizados.

En este caso, no solo se requieren analistas especializados y éticos sino también neutrales respecto a quien encargó el trabajo, aspecto que es indispensable no solo en aquellas de carácter político, sino también comerciales, ya que darán origen a uno de los elementos centrales para las campañas publicitarias.

En las recientes encuestas políticas, no siempre se analizaron adecuadamente las consecuencias de los cambios del sistema electoral, que ahora funcionó con la inscripción automática y el voto voluntario.

Además, los resultados carecieron de suficiente claridad sobre si las respuestas se referían a votantes con diferentes grados de certeza sobre su comportamiento electoral y sus preferencias ante las diferentes alternativas, sumados a la amplia gama de quienes estaban indecisos en sus preferencias. Adicionalmente, en la sociedad actual, los cambios de opinión son frecuentes y no es fácil seguirlos en el tiempo.

### Orientación de la opinión pública

Uno de los temas más discutidos es hasta dónde las encuestas tienen efectos en orientar a la opinión pública, especialmente aquellas de carácter político y más específicamente en qué áreas y momentos en el tiempo.

En los últimos meses se ha planteado que sin las orientaciones de estas mediciones no habrían surgido las candidaturas presidenciales de Guillier y Sánchez, lo cual es un buen argumento. A lo anterior se suma la importancia que les otorgan los medios de comunicación, preocupados de informar a sus lectores y auditores. Sin embargo, estos interesados tienen una clara tendencia a conocer los hechos inmediatos más que las trayectorias más estables, lo cual es un estímulo a los candidatos a centrarse en lo superficial y llamativo. Esta situación es menos frecuente en el caso de los candidatos al Parlamento, no solo por su mayor número sino por seguir los rasgos tan propios de la sociedad actual, más preocupada por lo inmediato y lo llamativo, por invocar a los derechos y no a las correspondientes obligaciones, lo cual es el germen de las tendencias al populismo que se observan en el comportamiento del poder legislativo.

La influencia de las encuestas en el caso de las políticas se puede constatar en el sentido que influyen en encauzar o dirigir la orientación del discurso del candidato, tal como se observó en la última elección parlamentaria y en la competencia de los medios de opinión en difundir los eventuales resultados.

### Ventajas de las encuestas

Aunque las encuestas tienen variadas insuficiencias, son un instrumento indispensable en la sociedad actual, incluso aquellas de carácter político, más sujetas a cuestionamiento por sus imprecisiones.

Los avances en la tecnología también han alcanzado a este instrumento, atenuado sus imperfecciones. Las razones son varias: a) permiten la información a la ciudadanía sobre variados aspectos de la vida social, que van desde la educación, las aspiraciones ciudadanas o sus necesidades de consumo, entre otros.

Por otra parte, son indispensables para la formulación y control de las políticas públicas en los más variados aspectos. Por ejemplo, las encuestas de presupuestos familiares que realiza el INE permiten confeccionar un IPC que mida la variabilidad de los precios a través del tiempo y, además, conocer la estructura del consumo familiar de los diferentes productos de los distintos grupos sociales, entre muchos usos. Lo propio ocurre con los índices de empleo y desocupación, necesarios no solo para examinar el acontecer periódico, sino la formulación de las políticas laborales.

La mejoría de la información permite a los consumidores tener una información sobre las diferentes ofertas de bienes así como las características de los proveedores.

---

### Normativa

La descripción anterior lleva a la conclusión que, en vista a la importancia de las encuestas, resulta indispensable dictar normas que regulen quiénes pueden realizar encuestas en qué campo, así como los diferentes componentes y etapas que se han descrito. Para esos efectos debiera contemplarse una regla general que organice los aspectos institucionales y ordenadores, considerando los efectos sobre la sociedad que tiene el uso del instrumento. Desde el prisma institucional debería existir un ente que esté a cargo de los aspectos operativos del sistema, en especial aquellos de evaluación y control de la normativa, principalmente el rigor objetivo, el cual debería tener un carácter autónomo e independiente, sea de carácter público o privado, pero en ningún caso de carácter gremial compuesto por representantes de las propias empresas dedicadas a la generación de encuestas de diferente tipo.

La enseñanza de este último proceso de medición es que quedó de manifiesto la necesidad de normar diversos aspectos de esta especialidad. Los perjudicados son muchos y en algunos campos el país entero. Hoy prima la ley de la selva.

En todo caso, las encuestas políticas fueron rajadas en el examen, no pasaron la prueba, repiten en marzo ante otra comisión.

En su columna en el diario "La Tercera", Eduardo Engel señaló con acierto que "es importante que sepamos qué sucedió realmente con las encuestas, es dañino para nuestra convivencia democrática que quienes se equivocaron de manera tan notoria busquen minimizar lo ocurrido. Cualquier explicación que den debiera ir acompañada de evidencia sólida, no de una que otra anécdota". Las encuestas posteriores no aparecieron tan difundidas en la prensa y, agregó, "ningún medio se atrevió a publicarla junto al horóscopo".