

EL FINANCIERO

Por qué difieren los resultados de las encuestas sobre Cafta?

Mediciones de opinión pública varían en diseño y divulgación. Guía para interpretarlas mejor



La papeleta de la discordia. Varios estudios remiten a la papeleta que usará el TSE para definir el futuro del Cafta.

Alonso Tenorio /Para EF
Mario Bermúdez Vives

No se trata de una conspiración, una casualidad ni una prueba de que estas mediciones no sirven. Las diferencias en las encuestas deben entenderse con base en su diseño y la forma de divulgación.

Las cuatro encuestas más recientes sobre el respaldo al Sí y al No al tratado de libre comercio con Estados Unidos (Cafta), con la mira en el referendo del 7 de octubre, reavivaron la polémica.

Tres de ellas dieron ventaja al Sí (Unimer para *La Nación* ; CID-Gallup, para *La República* y Repretel; y Demoscopía, para *El Día*). Solo la de la Escuela de Matemática de la Universidad de Costa Rica le dio ventaja al No.

Pero también discrepan en aspectos como los indecisos, o el abstencionismo, que va de un 14% a un 28%.

EF comparó aspectos técnicos de estas encuestas para detectar similitudes y diferencias, y determinar la forma de darles una lectura adecuada.



pdfMachine - is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!

Get yours now!

"Thank you very much! I can use Acrobat Distiller or the Acrobat PDFWriter but I consider your product a lot easier to use and much preferable to Adobe's" A.Sarras - USA

En este ejercicio, expertos en estadística y representantes de encuestadoras coinciden en que el público puede aprovechar estas mediciones para entender el panorama actual.

Pero el lector debe comprender las causas por las que aparecen diferencias en los sondeos, e incluso contradicciones con los resultados finales.

ENCUESTADORA	FECHA	MUESTRA	TIPO DE ENCUESTA
Unimer	1-3 de junio	1.200 personas	Encuesta telefónica
CID	1-3 de junio	1.200 personas	Encuesta telefónica
Demoscopia	1-3 de junio	1.200 personas	Encuesta telefónica
UCR	1-3 de junio	1.200 personas	Encuesta telefónica

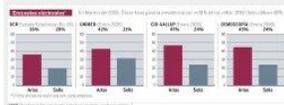
 ampliar

Paso uno: Mire el contexto

Empiece por comparar la fecha de realización de la encuesta, con su publicación.

Los eventos que ocurren inciden en el ánimo de los entrevistados. El público debe preguntarse por el contexto cuando se realizó la medición.

Las últimas mediciones se realizaron de junio a julio. Solo la encuesta del proyecto de estructuras de opinión pública de la UCR fue anterior al fallo de la Sala IV que descartó que el Cafta era inconstitucional, el 3 de julio.



 ampliar

También se debe revisar el tiempo entre la recolección de datos y su divulgación: conforme se aleje, podría ser más susceptible a cambios. En este aspecto, Unimer y CID requirieron menos tiempo (solo cinco días) para procesar datos y preparar el informe que se publicó, mientras Demoscopia utilizó nueve días, y la medición de la UCR casi dos meses.

Al respecto, Jorge Poltronieri, coordinador de este último estudio, indicó que se trató de un problema de recursos: la medición es un módulo dentro de un programa, y no hay personal suficiente. El investigador indicó que todavía están retrasados con respecto al cumplimiento de varios proyectos.

Paso dos: Revise el diseño

El siguiente paso consiste en revisar aspectos relacionados con el diseño de la encuesta, cuyo desarrollo arranca con la definición de la muestra.

Aunque hay diferencias en el tamaño de la muestra en las cuatro últimas encuestas públicas, no son significativas. Incluir 1.200 personas se considera aceptable. Para que varíe el margen de error en forma significativa, se debe aumentar mucho el tamaño de la muestra. La clave está en usar método aleatorio y en la representatividad de la muestra.

Los cuatro estudios pretenden una dimensión nacional, pero la encuesta de la UCR especifica que se limita a 47 cantones.

Poltronieri aclaró que en su muestra representaron un 23% de la población rural, cuando es un 40% en el país. "Es un problema metodológico, lo que

pdfMachine - is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!

Get yours now!

"Thank you very much! I can use Acrobat Distiller or the Acrobat PDFWriter but I consider your product a lot easier to use and much preferable to Adobe's" A.Sarras - USA

pasa es que estamos estudiando la formación de la opinión, buscamos las zonas donde hay un desarrollo de estos procesos”, explicó.

Sin embargo, todas las encuestas pueden tener bemoles en este aspecto. Doris Sosa, estadística y decana de Ciencias Económicas, comentó que siempre se presentan sectores subrepresentados, porque a las casas de personas muy ricas, o a lugares muy pobres y peligrosos, no llegan los entrevistadores.

El experto y profesor emérito de estadística Miguel Gómez coincidió en este punto.

“A los condominios no se puede entrar, tampoco se llega a partes muy alejadas o peligrosas”. Por ello, se debe aclarar cómo se escogió la muestra, y si apunta a reflejar los criterios de todo el país o un segmento.

Otro ejemplo de esta variedad se puede citar con la otra encuesta de la UCR, la realizada por la Escuela de Estadística en mayo, a jefes de hogar.

“No es comparables con otras, porque es telefónica, y solo a jefes de hogar. Las diferencias reflejan diferentes métodos para recoger la información. ¿Cuál es la correcta? Depende mucho de para qué quiero la información”, declaró Edgar Gutiérrez, director de la Escuela de Estadística.

También es importante el margen de error, que puede variar hacia arriba o hacia abajo, lo que podría hacer que mediciones de posturas que parecen muy separadas reflejen casi empate.

35%

Abstencionismo registrado en la pasada elección presidencial, del 2006.

14-28%

Abstencionismo con miras al referendo en diferentes encuestas, de junio a julio del 2007.

Novedad

Por ser la primera vez que se vota en un referendo, las prácticas de los votantes pueden diferir de la elección presidencial.

Luis Haug, gerente de CID- Gallup en Costa Rica, lo resaltó. “Algo importante, si tengo 1.200 encuestas, y solo el 50% decidido a votar, son 600 encuestas, si sobre ellas lanzo el resultado, el margen de error no es de tres puntos, es casi cinco”, dijo.

Paso tres: ¿Cómo se recopiló?

La forma en que se obtuvo la información cuenta.

pdfMachine - is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!

Get yours now!

“Thank you very much! I can use Acrobat Distiller or the Acrobat PDFWriter but I consider your product a lot easier to use and much preferable to Adobe's” A.Sarras - USA

Hasta el color de un lapicero puede influir. Gómez recordó que en 1990, en Nicaragua, un experimento lo demostró. La medición con lapicero blanco hacía ganar a Violeta Barrios (la coalición UNO tenía bandera blanca), el sondeo con lapicero rojo y negro ponía en primer lugar a Daniel Ortega (colores de sandinismo).

Las encuestadoras manejan diferentes métodos. Carlos Paniagua, presidente de Unimer, destacó que se requiere de una preparación profesional. "Es necesario trayectoria, estudios, equipo de trabajo. Se debe tener concepción clara, para no sesgar, para evitar realizar una sola pregunta, sino varias, para que al final se tenga algo sustentable", expresó.

José Alberto Rodríguez, presidente de Demoscopía, resaltó el peso de la trayectoria y el ejercicio que realiza su empresa, con una votación experimental. "El cuestionario tiende a ser emotivo, eso se reduce con la votación simulada", dijo.

Otro aspecto es el cuestionario. La forma de las preguntas y su secuencia pueden condicionar o inducir respuestas.

En este aspecto, hubo críticas a la encuesta de Poltronieri por incluir preguntas sobre si el Cafta estaba por encima de la Constitución. El investigador aseguró que primero se preguntaba la intención de voto y luego las demás. "No inducimos a la gente. Incluimos preguntas a favor y en contra del Cafta", afirmó.

Paso cuatro: Leer con atención

El factor más importante podría ser la presentación de los datos.

En pasada elección, Arias llevaba una ventaja de 20 puntos que parecía insalvable. Pero era solo entre votantes decididos, un gran porcentaje (50%, la mitad) no adelantaba su decisión.

Según Gómez, eso generó una ilusión en el público. "Eran muchos indecisos, aun hoy no veo a los medios analizándolos, separándolos del abstencionismo".

Sosa coincidió nuevamente con Gómez en que la presentación suele ser un problema. "Falta mucho en esto, siento que se usan supuestos, como que los indecisos se reparten igual, en lugar de datos", dijo.

En las recientes encuestas, solo la UCR y Unimer difundieron con claridad datos de indecisos y abstencionismo. El 31 de julio Unimer los analizó, al dividir el voto no decidido en abstencionistas (13%), posibles abstencionistas (15%) e indecisos (19%). Las de CID y Demoscopía no incluyeron menciones.

Paniagua, Haug y Rodríguez indicaron que los datos se entregaron, pero su inclusión dependía de los periodistas.

Tampoco se deben olvidar los cambios en el comportamiento de electores. Paniagua y Rodríguez coincidieron en destacar que en las últimas elecciones aumentó la tendencia a votantes tomando o cambiando su decisión en la última semana.

pdfMachine - is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!

Get yours now!

"Thank you very much! I can use Acrobat Distiller or the Acrobat PDFWriter but I consider your product a lot easier to use and much preferable to Adobe's" A.Sarras - USA

Paso cinco: Interpretar

Las encuestas no son un pronóstico, sino una foto instantánea de momento determinado. Además, el referendo se trata de un proceso inédito con condiciones impredecibles.

Víctor Borge, presidente de Borge y Asociados –empresa que no se incribió para esta campaña– comentó que su experiencia en Panamá evidenció la dificultad de trabajar con referendos. “Es muy difícil medir el abstencionismo”.

Costa Rica apenas inicia su ruta electoral de referendo. Esto obliga a ajustarlo con las encuestas. Las tendencias imponen una lectura cauta: obligan el elevado número de indecisos y las variaciones del abstencionismo.

Además, por ahora no hay una ventaja clara de algún bando: ninguno sobrepasa más de un 35% de los votantes totales.

Con un abstencionismo de tamaño impredecible, y unos indecisos que rondan el 20%, la moneda está en el aire: la lectura de las encuestas lo dice.

Para leer las encuestas

Interprete usted mismo. Hay una serie de pasos que ayudan a aprovechar y contextualizar las mediciones.

1. El tiempo

Vea fechas. Mire el periodo en que se realizó la encuesta, lo que pasaba, el lapso para difundirla.

2. El diseño

Confianza. Vea la muestra, su representatividad, el margen de error, el objetivo de la medición.

3. Datos

La recopilación. Fue telefónica o personal, preguntas usadas, metodología empleada.

4. Lectura

Difusión. ¿Están los datos necesarios? ¿Qué dice al considerar la información integralmente?

5. Balance

Hay que analizar. Las cifras son solo una fotografía, se debe pensar en interpretar las tendencias.

pdfMachine - is a pdf writer that produces quality PDF files with ease!

Get yours now!

“Thank you very much! I can use Acrobat Distiller or the Acrobat PDFWriter but I consider your product a lot easier to use and much preferable to Adobe's” A.Sarras - USA