

¿Por qué las encuestas no aciertan en América latina?

ALFREDO SERRANO, ÓSCAR NAVARRO Y VICENTE GARCÍA :: 25/10/2017

A pesar de los resultados erróneos, existe una sobreestimación mediática de la utilidad de las encuestas en la predicción electoral

Lo más interesante de las encuestas es analizarlas un tiempo después de que se haya producido el resultado que pretendían predecir. He aquí algunos ejemplos para América Latina:

- Presidenciales Ecuador 2017: Lenin Moreno ganó a Guillermo Lasso 51,16 a 48,84%. Cedatos daba ganador a Lasso tanto a 30 días vistas (50,8 a 49,2%) como una semana antes (53,9 a 46,1%).
- Plebiscito Acuerdos de Paz en Colombia 2016: el No ganó al Sí por 50,21 a 49,78%. Fallaron casi todas las encuestadoras. Datexto Company (60,2% a favor del Sí a una semana vista), Cifras & Conceptos (59,6% a favor del Sí), Invamer Gallup (67,6% a favor del Sí) e Ipsos (66% a favor del Sí).
- Presidenciales Perú 2016: Kuczynski ganó por la mínima a Keiko Fujimori; 50,12 a 49,88%. La encuestadora Datum le daba a Kuczynski una diferencia de 39 puntos una semana antes. Ipsos Perú concedía 35 puntos a favor de Kuczynski.
- Referéndum Reelección Bolivia 2016: el No ganó al Sí por 51,30 a 48,7%. La encuestadora Mori daba ganador al Sí un mes antes, 52,6 a 47,4%; y una semana antes daba empate.
- Parlamentarias Venezuela 2015: la Mesa Unidad Democrática (MUD) ganó en votos nacionales frente al Gran Polo Patriótico (GPP), 57,88 a 42,12%. Datanalisis le concedió victoria a la MUD por 39 puntos: un error de 24 puntos en la brecha.
- Presidenciales Argentina 2015: Macri ganó a Scioli, 51,34 a 48,66%. Ceop dio ganador a Scioli una semana antes por 19 puntos. Aragón & Asociados erró en forma muy parecida. González y Valladares, por el contrario, dio triunfador a Macri por 13 puntos.
- Presidenciales Guatemala 2015: Jimmy Morales ganó a Torres por 64,6 a 31,2%. La encuestadora Felipe Noguera dio mucha más diferencia a favor de Morales, 41 puntos.
- Presidenciales Uruguay 2015: Tabaré Vázquez ganó a Lacalle, 56,5 a 43,5%. Interconsult, a una semana vista, le dio ganador a Lacalle por la mínima.
- Presidenciales Bolivia 2014: Evo Morales ganó a Doria Medina, 61,23 a 31,4%. La encuestadora Captura Consulting, una semana antes, dio a Evo Morales una intención de votos de 50,2% (once puntos menos del resultado oficial).
- Presidenciales Colombia 2014: Santos ganó a Zuluaga, 53 a 47%. La encuestadora Centro Nacional de Consultoría dio ganador a Zuluaga por 51,1 a 48,9%.

- Presidenciales Panamá 2014: Valera ganó a Arias y Navarro, 39,1% a 31,4 y 28,1%, respectivamente. Ipsos dio ganador a Navarro. Quantix Panamá también.
- Presidenciales Brasil 2014: Dilma Rousseff ganó a Neves, 51,64 a 48,36%. Instituto Census y Época dieron ganador a Neves; ambas con diferencias holgadas.
- Presidenciales Venezuela 2013: Nicolás Maduro ganó a Capriles, 50,61 a 49,12%. Datamática daba ganador a Capriles con 58,1% una semana antes.
- Presidenciales Paraguay 2013: Horacio Cartes ganó a Alegre, 45,83 a 36,92%. Interconsult dio ganador a Alegre.
- Presidenciales México 2012: Peña Nieto ganó a López Obrador, 38,21 a 31,59%. La encuestadora Reforma dio ganador a López Obrador. Buendía & Laredo concedió victoria a Peña Nieto pero por más del doble del valor final.
- Presidenciales Venezuela 2012: Hugo Chávez venció a Capriles, 55,42 a 44,58%. A diez días de la cita electoral, Consultores 21, Top Data y Datos Interdata-Opinión daban ganador a Capriles.
- Presidenciales Chile 2012: Bachelet ganó a Mathei, 62,17 a 37,83%. Interconsult achicó su predicción a solo 8 puntos.

La conclusión es muy simple: un gran número de encuestas no aciertan el dato oficial en elecciones en América Latina. No atinan a 30 días ni tampoco a 10 días de la contienda. Ni siquiera logran acertar el mismo día (exit poll). No solo se equivocan significativamente en el porcentaje de votos de cada aspirante, sino que muchas veces tampoco aciertan en el candidato u opción ganadora. A pesar de estos resultados, existe una sobreestimación mediática de la utilidad de las encuestas en la predicción electoral.

Son muchas las fallas metodológicas en las estimaciones:

- el factor de expansión poblacional no está actualizado; está obsoleto.
- no existe un método apropiado para identificar el comportamiento del voto oculto.
- hay un importante desfase entre el uso de metodologías estáticas y sociedades cada vez más cambiantes.
- no hay criterio preciso para conocer el universo de los votos indecisos; y acaban extrapoliéndolos como si fueran decididos.

Además de estos errores, claramente las encuestas tienen un alto sesgo político. Buscan condicionar el resultado final en vez de acertarlo. Se han convertido en un arma política con un objetivo muy claro: reducir las expectativas de victoria de algunos candidatos mientras inflan a otros.

https://www.lahaine.org/mm_ss_mundo.php/por-que-las-encuestas-no