



LA CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS SONDEOS ELECTORALES.

Compilación CEO

Por Daniel Coronell, Olga Gonzalez

Resumen A continuación se presenta un conjunto de artículos representativos de la polémica presentada alrededor de los sondeos electorales y las encuestas de favorabilidad que últimamente se han presentado a través de los medios.

Abstract. Polls must be made well and clarify what population represents. There is skepticism in examining the surveys methodologically? Perhaps it is necessary to begin to make this question. As a result of the columns that criticize the methodology used in the last electoral surveys arose a position according to which the surveys are not scrutinized, they are guaranteed.

CONFIANZA EN LAS ENCUESTAS

Olga González

El Tiempo.

Los sondeos deben estar bien hechos y aclarar a qué población representan. ¿Es tontería o pérdida de tiempo examinar las encuestas? Quizá hay que empezar por hacer esta pregunta. A raíz de las columnas que critican la metodología empleada en la última encuesta de Gallup surgió una posición según la cual las encuestas no se escrutan, se avalan.

Difiero de este punto de vista aséptico (o interesado). Como sucede con otras instituciones (pongamos, la democracia), creo que exigir el buen cumplimiento de los procedimientos (pongamos, las elecciones) no es sabotear el mecanismo sino velar por que se mantenga la confianza en la institución. Así, denunciar el fraude es importante para la democracia. De la misma manera, si se acepta la categoría de “opinión pública”, es necesario velar por el profesionalismo y la calidad de las encuestas. Dos puntos me parecen centrales para que las encuestas generen confianza.

Primero, las encuestas deben aclarar a qué población representan. Si quieren dar cuenta de lo que opinan "los colombianos", las encuestas deben interrogar a una muestra representativa de nacionales. No puede estar solo -o sobre- representada la opinión de algunos sectores, por influyentes que parezcan. Atrás ha quedado la democracia censitaria, donde únicamente los acaudalados y los varones podían opinar: no se es menos colombiano por no disponer de un teléfono particular, por no vivir en una gran ciudad o por no ejercer el derecho al voto. Precisamente, el problema de la encuesta de marras es que no representa la opinión de los colombianos, sino de un sector de estos. Aunque en su respuesta en estas mismas páginas Jorge Londoño no aclara este punto, en un correo a Daniel Coronell admite el alcance limitado de su encuesta: esta solo representa a un sector circunscrito de colombianos y como tal debe ser interpretada.

Segundo, es importante que las encuestas estén bien hechas. Las respuestas de Gallup no son satisfactorias –y es legítimo que los ciudadanos busquemos mayores precisiones-. El punto de la extensión de las encuestas telefónicas es incierto. Según la prestigiosa compañía Ipsos, por ejemplo, no es conveniente realizar encuestas largas por esta vía. Agreguemos que la información obtenida sería más útil si se afinaran los resultados: es importante saber si son más o menos proclive, % al gobernante de turno los ciudadanos de los estratos bajos, los que provienen de determinadas ciudades o regiones o los que tienen determinado nivel de educación. Por último, conviene recordar que, en el pasado, Gallup se ha

equivocado de manera flagrante, por ejemplo en los sondeos que daban ganador a Juan Lozano por encima de Garzón, o cuando dio a Francisco Lloreda ganador de la alcaldía de Cali en encuesta contratada por El País, diario de su familia.

Si se admite que las encuestas son herramientas centrales para el análisis político y que merecen confianza, es preciso calificar el debate, en vez de despacharlo con ligereza o cerrarlo con la postura de las compañías. Asociaciones de ciudadanos, organismos de veeduría y asesoría internacional en la recepción de las encuestas son pistas por explorar. Otros países dan pautas interesantes: en Estados Unidos, el National Council of Public Polls y la American Association of Public Opinion Research vigilan el profesionalismo de los sondeos, codifican sus reglas y asesoran a periodistas. En Francia, la Commission des Sondages vela por la calidad, método y representatividad de las encuestas. La semana pasada, este organismo independiente invalidó los resultados de una encuesta electoral por un problema de representación muestral. A nadie se le ocurrió decir que su acto era una estéril “pelea contra las encuestas.

DANIEL CORONELL DESCUBRE QUE A URIBE SOLO LO APOYA EL 65 POR CIENTO DEL 14 POR CIENTO DEL CIENTO POR CIENTO DE LOS COLOMBIANOS

SEMANA.COM

Los errores de Gallup

Por Daniel Coronell

Fecha: 03/24/2007 -1299

Hace días formulé unas respetuosas preguntas sobre la reciente encuesta de Gallup. Esa columna ha merecido diversos comentarios. Algunos de apoyo; otros de cordial discrepancia, como los expresados por María Isabel Rueda en SEMANA, Mauricio Vargas en Cambio y Mauricio Pombo en El Tiempo; y por último, decenas de insultos -muchos de ellos enviados desde un mismo sitio- provenientes de quienes consideran que albergar cualquier duda sobre la encuesta de popularidad es una herejía.

En medio de la polémica, la posición más importante es la del encuestador, a quien estaban dirigidas las preguntas. Jorge Londoño, gerente de Invamer-Gallup, escribió una columna de opinión en El Tiempo y me envió dos correos electrónicos. En esos mensajes mantiene la mayoría de sus posiciones, pero también admite que existen confusiones y errores en la presentación de la encuesta. Ya hay algunas conclusiones claras:

1. Se equivocan quienes creen que la encuesta telefónica denominada Gallup Poll, es un estudio con alcance nacional. Jorge Londoño reitera que sólo "representa estadísticamente a las personas que viven en hogares con teléfono en las cuatro ciudades principales".

2. El doctor Londoño afirma que los hogares con teléfono en esas ciudades llegan al 90 por ciento. No obstante, según el censo 2005 del Dane, esto sólo es cierto para Medellín. La capital de Antioquia tiene el 91 por ciento de cubrimiento telefónico. En cambio, en Barranquilla sólo el 53,5 por ciento de los hogares tiene teléfono. En Cali dispone del servicio el 81,9 por ciento de los hogares, y en Bogotá, el 87,8 por ciento. Esto quiere decir que la encuesta no pueda representar al 46,5 por ciento de los barranquilleros, ni al 18,1 por ciento de los caleños, ni al 12,2 por ciento de los bogotanos, ni al 9 por ciento de los medellinenses. De hecho, la entrevista telefónica tiene tantas limitaciones, en un país como el nuestro, que en 2002 todos los encuestadores -incluido Gallup- acordaron no hacer sondeos electorales usando el teléfono.

3. Gallup admite también que la encuesta no representa la opinión de 13.089.789 personas -como se concluye de la presentación del informe- sino la de 5.989.793 (y eso sin restar los que no tienen teléfono). Al respecto, el doctor Londoño asegura "en las próximas mediciones haré más claridad en la ficha técnica". Colombia tiene 42,5 millones de habitantes, es decir, el Gallup Poll reflejaría -en el mejor de los casos- la opinión del 14 por ciento.

4. Jorge Londoño reconoce que las agrupaciones de los encuestados en clase alta, media y baja "están causando confusión". El enorme tamaño de la 'clase alta' en la encuesta (19,1 por ciento) se debe a que Gallup decidió juntar en esa categoría a los estratos 4, 5 y 6; clasificados por la Superintendencia de Servicios. Sin embargo, las normas que rigen a la Superservicios definen el estrato 4 como 'medio'. Resulta llamativo que Gallup acoja el concepto de la entidad para unas cosas y lo deseche para otras. De cualquier manera, el doctor Londoño se compromete a empezar a corregir esto en las futuras presentaciones. Desaparecerán las actuales denominaciones y "El próximo informe saldrá agrupado así: Estratos 1-2, Estrato 3 y Estratos 4, 5 y 6". Buen comienzo, aunque

sería mejor que mostrara cada estrato por separado, o por lo menos que agrupara los medios 3 y 4 para evitar la sobrerrepresentación de los altos.

5. La ficha técnica de la encuesta asegura que el margen de error del Gallup Poll es del 3 por ciento, sin embargo, no es así. No lo es para todas las respuestas. El doctor Londoño, reconoce que "las preguntas por ciudad tienen bases parciales y por lo tanto márgenes de error diferentes y mayores al total". Admite el encuestador que ese margen de error estaría cercano al 7 por ciento (más del doble del publicado)

cuando se registran las respuestas de los encuestados por ciudades. Esto es especialmente grave porque significa que Gallup entregó información errada al ciudadano y a las autoridades y por lo tanto pudo incumplir la reglamentación sobre encuestas del Consejo Nacional Electoral. Si se comprueba esta infracción, la sanción podría ir desde una multa de 25 salarios mínimos hasta la suspensión de la empresa encuestadora.

Estos sencillos hallazgos me hacen pensar que, a pesar de las opiniones en contra, vale la pena hacer el escrutinio a las encuestas.

CUESTIONARIO PARA EL ENCUESTADOR

Los hogares con teléfono son el 53,7 por ciento. ¿Puede una encuesta telefónica representar a los que no lo tienen, que son la otra mitad del país?

Por Daniel Coronell

Fecha: 03/10/2007 -1297

La Semana.com

Repetía Álvaro Gómez Hurtado que las encuestas son como las morcillas: muy sabrosas hasta que uno sabe cómo las hacen. Esta semana lo recordé, a raíz de la publicación de la encuesta de Gallup, cuyos resultados tanto han agradado a los partidarios del gobierno. Celebran que después de la captura de nueve congresistas uribistas, de la renuncia de la Ministra de Relaciones Exteriores y de la detención del ex director del DAS, la aprobación del gobierno haya subido dos puntos.

Semejante prodigio amerita la revisión de la encuesta para establecer cuál es la representatividad real de este estudio. Después de hacerlo, me han surgido algunas preguntas que respetuosamente quisiera formularle al encuestador.

1. Según el Dane, los hogares colombianos con teléfono son el 53,7 por ciento. ¿Puede una encuesta telefónica representar a los colombianos sin teléfono, que son prácticamente la otra mitad del país?

2. El gobierno, a través del Departamento Nacional de Planeación, ha reconocido que por lo menos el 14,7 por ciento de los colombianos vive en la indigencia, y el 49,2 por ciento, en la pobreza absoluta. Esto suma el 63,9 por ciento de la población. ¿Por qué el encuestador considera que la clase baja está suficientemente representada con el 49,7 por ciento de la muestra?

3. Aun más llamativo resulta el peso que la encuesta le asigna a la clase alta. Según la ficha técnica de Gallup, el 19,1 por ciento de los colombianos encuestados pertenece a la clase alta. La cifra suena exagerada, sobre todo cuando se compara con el tamaño de la clase alta en países desarrollados. Las estadísticas españolas, por ejemplo, dicen que sólo el 14,9 por ciento de los habitantes es miembro de la clase alta. Europa en su conjunto sitúa en el estrato alto al 18,5 por ciento de la población. ¿De dónde concluye el encuestador que el 19,1 por ciento de los colombianos pertenece a la clase alta?

4. La eventual desproporción de la muestra se ve corroborada por un estudio anterior de la misma empresa Invamer Gallup. Entre el 3 y el 5 de julio de 2003, Gallup realizó esta encuesta de favorabilidad a otro grupo de 1.000 personas, pero entonces los encuestados de clase alta eran 85 personas, el 8,5 por ciento de la muestra. Ahora son 191. ¿Debemos entender que en los últimos cuatro años, la población de clase alta en Colombia ha crecido el 124,7 por ciento?

5. Una de las reglas de la estadística establece que la población -el universo estudiado- debe tener el mismo tamaño, independientemente del criterio usado para agruparla. En la metodología de esta encuesta de Gallup la población suma 13.089.789, cuando el criterio es ciudades; sin embargo, cuando la variable es edades, suma 5.989.793. ¿A qué se debe esta diferencia?

6. Como consecuencia de lo preguntado anteriormente, cuando los encuestados hablan de acuerdo con el criterio de su edad, la opinión de cada uno de ellos representa en promedio a 5.989 colombianos. Pero cuando hablan como habitantes de las ciudades, su opinión individual refleja en promedio la posición de 13.089 personas. ¿Si esta diferencia está justificada estadísticamente, por qué no tienen márgenes de error y confiabilidades distintas para cada caso, para el total nacional y para los resultados por ciudades?

Conozco hace años a Jorge Londoño, el director de Gallup, y lo he tenido en muy buen concepto. Por eso me atrevo a plantearle comedidamente estas dudas. Por eso, y porque lo he oído muy uribista en sus últimas declaraciones. Desde luego, como ciudadano él tiene derecho a respaldar al Presidente, pero no como encuestador.

Me ha llamado la atención, entre otras cosas, que hace unas semanas escribiera en El Tiempo, esta explicación sobre las crecientes cifras de desempleo: "Si uno mira detenidamente las tendencias que reporta el Dane desde 2002 hasta hoy, se concluye que la población que no está interesada en trabajar ha venido creciendo lentamente... El aumento del desempleo no está significando que los hogares se estén empobreciendo o que les esté yendo peor".

Buena tesis para un columnista del gobierno, pero inquietante para un investigador social. Al final de cuentas, los encuestadores están para registrar las tendencias de la opinión pública, y no para crearlas.

FAVORABILIDAD URIBE SIGUE IMBATIBLE SEGÚN LA NUEVA ENCUESTA DE GALLUP

La Semana.com

Fecha: 03/07/2007 -

Sorprendente: la muestra, que recoge la opinión de los colombianos tras el escándalo por la 'parapolítica', la crisis de la Cancillería y los insultos del Jefe del Estado a voceros de la oposición señala que el país aplaude su gestión. La opinión pública aprueba el manejo del Presidente en temas tan sensibles como el proceso con los 'paras, el narcotráfico y la guerrilla. Sin embargo, lo raja en asuntos sociales como el desempleo.

La estrategia de comunicaciones de la Casa de Nariño y el llamado efecto teflón del presidente Álvaro Uribe volvieron a darle al jefe de Estado la posibilidad de mantener su margen de favorabilidad por encima del 70% en las encuestas. Así se desprende de más reciente Gallup Poll realizado entre mil colombianos de distintos estratos, edades en las cuatro principales ciudades del país entre el 27 de febrero y el 1 de marzo.

De acuerdo con la muestra, la vinculación de nueve congresistas de la bancada uribista con el escándalo por la 'parapolítica' y la consecuente crisis en la Cancillería no afectaron el índice de aprobación que los colombianos consultados le dan a la gestión de Uribe. La encuesta señala que el nivel de aprobación volvió a subir del 70% al 72%, mientras que el de desaprobación, que estaba en el 24%, cayó dos puntos.

El respaldo subió en áreas tan sensibles como la lucha contra la corrupción (pasó del 60% al 66% de favorabilidad), la guerrilla (del 56% al 60%), el manejo del tema del narcotráfico (pasó del 61% al 69%) y el proceso de paz con las autodefensas (del 51% al 56%). Uribe también alcanzó calificaciones destacadas

en cuanto al manejo de las relaciones internacionales (estaba en 69% y subió dos puntos), la economía (del 51% pasó al 53%) y algunas áreas sociales.

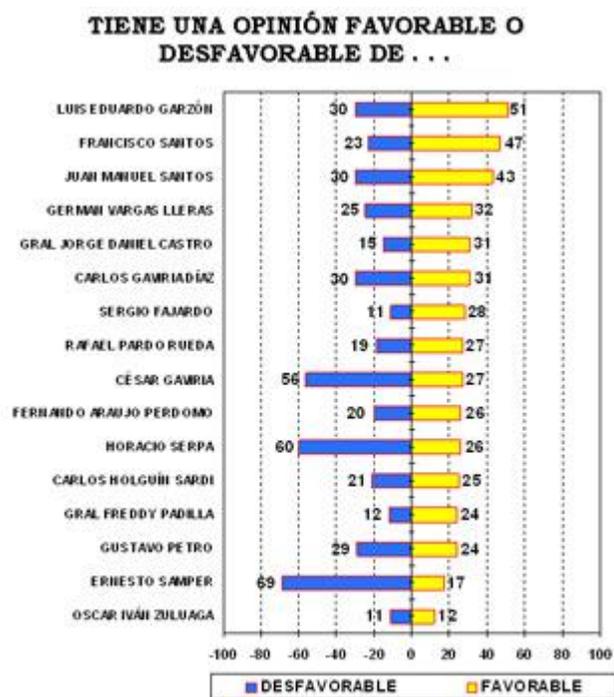
artículos relacionados ▶

[El dulce – amargo sabor de las encuestas](#)

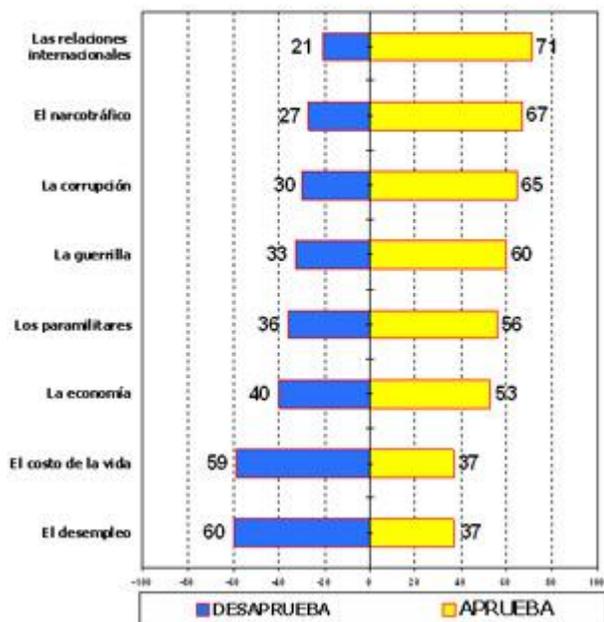
documentos relacionados ▶

[Encuesta Gallup Poll parte 1](#)

[Encuesta Gallup Poll parte 2](#)



**¿ÚSTED APRUEBA O DESAPRUEBA LA FORMA
COMO EL PRESIDENTE ÁLVARO URIBE VÉLEZ
ESTÁ MANEJANDO LOS SIGUIENTES PROBLEMAS
QUE TIENE EL PAÍS EN ESTOS MOMENTOS?**



Sin embargo se rajó en un punto fundamental para la agenda de los colombianos: el manejo del desempleo. En ese indicador su nivel de aprobación bajó del 63% al 60%. Dicha contradicción frente a la imagen del Presidente se debe a un factor que también es mostrado en la encuesta: durante lo corrido de la administración Uribe los colombianos están priorizando cada vez más los temas sociales frente a los de seguridad. Quizá ello sea explicable a partir de la percepción de que la inseguridad ha disminuido y ahora hay que ponerle atención a otros asuntos que tocan directamente la cotidianidad de los ciudadanos.

La encuesta también mide el índice de favorabilidad de los alcaldes y gobernadores de las principales ciudades del país. Los de Antioquia y Bogotá conservan amplios márgenes de favorabilidad, mientras que los del Valle (Apolinar Salcedo en la alcaldía de Cali y Angelino Garzón en la gobernación) perdieron puntos. La caída más drástica la sufrieron el alcalde de Barranquilla y el gobernador de Atlántico.

En cuanto a los dirigentes, congresistas y precandidatos presidenciales también hay sorpresas. Por los lados del Polo Democrático el único que sube (de hecho es la figura con mayor crecimiento de imagen favorable en los últimos dos meses, con 51%, según la encuesta) es el alcalde de Bogotá, Luis Eduardo Garzón. Ni el ex candidato presidencial Carlos Gaviria ni el senador Gustavo Petro (quien destapó el escándalo de la 'parapolítica') pudieron mantener su favorabilidad y perdieron algunos puntos. Dicha situación podría explicarse a partir de la polarización que vive el país en torno a los temas en los que el Polo tiene protagonismo.

Pero si en el Polo Democrático hay problemas de imagen, en el Partido Liberal las cosas están aún más graves, según el Gallup Poll. Los tres líderes más representativos de ese partido tienen la peor imagen entre todos los dirigentes políticos por los cuales fueron interrogadas las mil personas que respondieron la encuesta. Son ellos el presidente del Partido, César Gaviria Trujillo (56% de imagen en contra), el ex candidato presidencial Horacio Serpa (60% de rechazo) y el Ex presidente Ernesto Samper, con 69% de imagen desfavorable. Sin dudas los afectó la resurrección del llamado proceso 8.000 y la consecuente división interna frente al tema.

Por instituciones los medios de comunicación son los que más ofrecen credibilidad entre los consultados. Los peores índices de aceptación los tienen las Farc, el ELN y las AUC, con niveles de rechazo de más del 97%.

Vea en el archivo anexo los datos completos de la encuesta y la ficha técnica de la misma.

EL DULCE – AMARGO SABOR DE LAS ENCUESTAS

El autor tomó la última encuesta sobre el presidente Uribe, la analizó y concluyó que las cosas no son como las pintan.

Por Luis David Obando López

Fecha: 03/03/2007 -

La Semana.com

Como los niños gustan de los chocalines, el Gobierno uribista se relame con los dulces resultados de las encuestas. O mejor, con las lecturas parciales (tal vez no necesariamente sesgadas) que públicamente se ofrecen. Bien conocedores del tema, los asesores de opinión saben detectar el sabor amargo de los mismos números que se ofrecen como golosinas: algún revuelo palaciego ha de haber, sin que se sepa, al detectar que el presidente Álvaro Uribe está en su punto de imagen más bajo en los últimos cuatro años.

En efecto, los medios de información coinciden en señalar como un triunfo de opinión del Gobernante el contar con 72 puntos porcentuales de aprobación de su gestión. Y lo es, sin duda, máxime si contrasta con una imagen favorable que todavía se muestra como alta (65), pero que en realidad es hasta ahora el fondo de una caída en picada de este rubro, en el cual el Presidente ha descendido 12 puntos desde su reelección. De hecho, es solo comparable con la única “crisis” de imagen de este gobierno (también 65 puntos), que se presentó en abril de 2003.

En aquel entonces, el país despertaba de la luna de miel de la primera posesión uribista: en el tema del manejo del desempleo bajaba 9 puntos en tres meses (de 43 a 34), lo mismo que en la relación Seguridad Democrática – conflicto armado (66-57) y en las relaciones internacionales (75-66). Eran calendas en las que la opinión castigaba el apoyo a la invasión de EEUU a Irak (24 puntos de pérdida de

apoyo en un trimestre, con el marcador en 31), y el Presidente comenzaba a debatirse en la arena pública en la promoción de un referendo que al final perdió. No obstante, la aprobación de su desempeño era bastante aceptable: 68 puntos. Casi cuatro años después, realmente puede catalogarse como milagro que esa aprobación esté en 72. No otra cosa se puede decir al constatar que desde junio pasado, cuando Uribe marcaba 77 puntos de imagen positiva (un punto por debajo de su techo histórico, en diciembre de 2003), el guarismo viene sostenidamente hacia abajo como tendencia, aunque el margen de error (3%) muestra estabilidad en 65 desde diciembre anterior. El rango de imagen desfavorable muestra un camino concordante: se mantiene entre 24 y 23 puntos desde octubre de 2006, los puntos negativos más altos para el Presidente desde octubre de 1998, cuando era la contracorriente del clima de opinión favorable entonces al diálogo con las Farc, y mostraba 25 puntos en ese ítem.

Por tanto, tal vez podría aplicarse hoy la perífrasis de una antigua afirmación de Fabio Echeverri Correa en sus tiempos de la Andi: la gente piensa que Uribe va bien, pero el país anda mal. Nótese no más la contradicción entre el “buen desempeño” presidencial y el auge creciente del pesimismo referente a la situación nacional: desde junio pasado, el porcentaje de gente que piensa que las cosas mejoran bajó de 57 a 39 puntos (18 unidades), mientras quienes sostienen que las cosas van hacia atrás han pasado de ser el 23% al 38%. De paso, esta “foto de percepción” no se presentaba desde septiembre de 2004, cuando los números fueron iguales.

La situación, como siempre, se explica en el prodigioso manejo presidencial del tema de la opinión pública: no importa que hoy la gente sienta menos aumento en la percepción de seguridad, bandera uribista (bajó del 80 al 71%), lo cierto es que el gobierno de la Seguridad Democrática sigue premiado. Y el efecto en sondeos es contundente para sí, tanto como para sus opositores: por arte de una andanada del Jefe de Estado, Carlos Gaviria y Gustavo Petro bajan en imagen favorable y crecen en negativa. En ese aspecto, la tarea de imagen está hecha.

Pero, volviendo al principio, Casa de Nariño ya detectó en los resultados de Gallup que las cosas, como tendencia, no pintan tan bien como las cifras por sí solas. Por ello, dados antecedentes como la calumnia de hace un año contra Rafael Pardo cuando se habló de paramilitares infiltrados en las listas uribistas al Congreso, algún zarpazo similar, de seguro, está en ciernes. La pregunta es si esta vez vendrá de viva voz de Uribe, genio en estas lides, o del no menos avezado Juan Manuel Santos, artífice del affaire Pardo-Farc. No por nada, de regreso al sondeo, durante su ministerio en Defensa la imagen favorable de las Fuerzas Armadas va en 76, y subiendo.

Otra pregunta: ¿Hasta cuándo les durará la credibilidad, clave de los números actuales?

* Luis David Obando es Director de Opinión Pública Instituto Popular de Capacitación (IPC)