
ENCUESTAS TERCERMUNDISTAS

Predictibilidad en período de transición: Caso Nicaragua

Pasquale Nicodemo

Está más que demostrado la importancia de las encuestas, como método de obtención de informaciones que servirán de base para la toma de decisiones en el diseño de estrategias políticas electorales. Conviene destacar que una encuesta representa un método para obtener informaciones acerca del estado de la opinión pública en un momento dado. Por lo tanto, para la mayoría de los científicos sociales las encuestas por muestreo constituyen la medida de la preferencia electoral de los votantes en el momento en que se recoge la información. En tal sentido, para estos estudiosos, a través de las encuestas, no se pueden vaticinar con exactitud los resultados de las elecciones. (Este argumento cobra mayor vigor cuando se trata de predecir sobre situaciones en que una sociedad vive procesos de acelerada transformación).

En entrevista publicada en "El Impulso Socioeconómico" de Barquisimeto el 12 de abril de 1987, por el periodista y profesor Gerardo Oviedo, expreso mi opinión de que en Venezuela no se tiene información acertada de la manipulación de los resultados de las encuestas preelectorales. Así mismo, señalé en esa oportunidad, que existe la posibilidad de que las cifras puedan ser cambiadas en razón de diversas circunstancias, que van desde el interés del propio usuario o cliente del sondeo, hasta las irregularidades intencionales o no de parte de las empresas que efectúan dichas encuestas.

Los clientes al recibir el informe final del sondeo, es posible que se percaten de la inconveniencia de algunos resultados, y alteran algunas cifras para su entrega a los medios de comunicación. El propio medio de comunicación social puede incurrir en manipulaciones con la publicación de los resultados de encuestas que no corresponden a cifras verdaderas, e incluso distorsionar por mala interpretación de las mismas.

Las empresas o institutos que efectúan estudios preelectorales incurrir con mucha frecuencia en irregularidades, a veces intencionales y otras no. A tal efecto y a grandes rasgos veamos algunas de esas irregularidades:

a) Las encuestas son realizadas en determinadas ciudades o regiones más accesibles, y se proyectan sus resultados como si hubieran sido efectuadas a nivel nacional.

b) En la muestra se incluyen personas no aptas para el voto.

c) La forma de redacción de las preguntas del cuestionario podría orientar al en-

entrevistados hacia la preferencia de un determinado candidato.

d) El tamaño de la muestra puede no permitir la estimación de los verdaderos valores.

e) La selección de las personas en la muestra, generalmente, no es realizada en forma aleatoria, sino opinática.

f) Falta la supervisión de los entrevistadores.

Algunas de estas razones pudieran explicar los desaciertos últimos en varias encuestas preelectorales de América Latina. En las elecciones del 16 de mayo de 1986, en la República Dominicana resultó ganador un candidato distinto al que daban como favorito la mayor parte de las empresas de investigación de la opinión pública. Este acontecimiento puso de nuevo en tela de juicio la credibilidad de las encuestas preelectorales. En términos generales, se formuló la pregunta siguiente: ¿Hasta qué punto se puede realmente estimar la opinión de los electores y por cuánto tiempo? En esa República, pasadas las elecciones, los resultados indicaron que los tres principales candidatos a la presidencia de las República Dominicana obtuvieron las siguientes proporciones de votos:

Joaquín Balaguer	41,56%
Jacobo Majluta	39,46%
Juan Bosh	18,37%

Al comparar estas cifras con los resultados de las encuestas preelectorales de las distintas firmas encuestadores, tanto locales como extranjeras, se tiene el siguiente cuadro:

	J.BALAGUER %	J.MAJLUTA %	J.BOSH %
Penn and Shoer (USA)	32,00	39,00	19,00
Gallup (España)	40,00	32,45	26,40
Profesionales e Intel. Independientes (R.Dominicana)	24,20	29,00	37,90
Violeta Yangüela y Asociados (R.Dominicana)	23,80	47,53	15,31
Servicios Técnicos Asociados (R.Dominicana)	26,10	40,20	18,00
Cedemers (R.Dominicana)	25,40	38,90	23,30
Standord Klaper Asociated (Puerto Rico)	30,90	39,10	19,80

Como se podrá observar, Penn and Shoer, Servicios Técnicos Asociados y Stanford Klaper Asociated acertaron con Majluta y Bosch, pero se equivocaron con Balaguer. Con las cifras de Gallup y mediante estimaciones por intervalos, fue la empresa que más se acercó a los verdaderos valores. En cambio las demás firmas estuvie-

ron en sus vaticinios muy lejos de la realidad.

A raíz de los contradictorios resultados de estas encuestas con respecto a los cómputos electorales del 16 de mayo de 1986, el Instituto Tecnológico de Santo Domingo de la República Dominicana y la Fundación Friedrich Ebert organizaron un seminario titulado "La encuesta política: su valor predictivo", que tuvo lugar el 22 de noviembre de 1986 en Santo Domingo. Participé en ese seminario junto con el profesor Feres Gatríf de la Escuela de Estadística y Ciencia Actuariales de la Universidad Central de Venezuela.

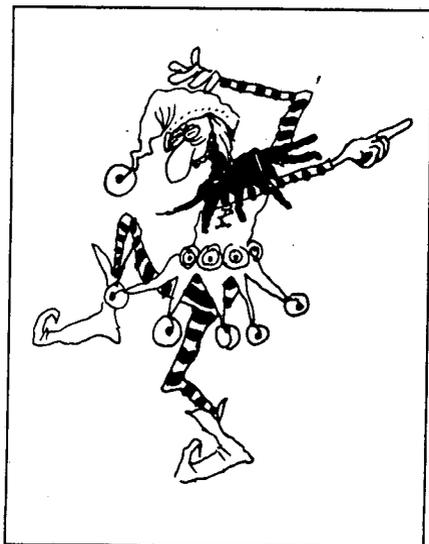
Nuestra exposición fue referida a la Encuesta Electoral en Venezuela. Y pusimos de relieve que la validez de las encuestas por muestreo depende de la realización de un trabajo sistemático, rigurosamente planificado por etapas y con control de calidad en cada una de ellas. Es decir, establecer un Sistema de Control de Calidad, en lo referente a la siguientes etapas de la investigación:

- Validación del diseño,
- Validación de los objetivos,
- Validación del instrumento de medición,
- Validación del diseño muestral,
- Control en la recolección de los datos,
- Control en la tabulación y estimaciones,
- Control en el informe y en la publicación.

Así mismo, en esa ocasión señalamos que en Venezuela en época electorales, las empresas destinadas a realizar encuestas de opinión pública desarrollan estudios

en el orden de tipología que se enumeran:

- Estudios mensuales de la intención del voto a nivel nacional,
- Estudios de opinión calificada a nivel nacional, regional y local,
- Teleopinión,
- Estudios de la penetración de la propaganda electoral,
- Barómetro político mensual durante la gestión gubernamental,
- Estudios en el día de la elección, una vez que el elector haya depositado su voto,
- Estudios de observación una vez finalizado el escrutinio en la mesa electoral,
- Estudios ocasionales durante la gestión gubernamental,
- Estudios ocasionales para medir los acontecimientos coyunturales,
- Análisis de contenido de la prensa escrita como de los medios audiovisuales.



Y, por último, presentamos en forma comparativa los resultados de las elecciones presidenciales de Venezuela en 1983 y las cifras obtenidas de una encuesta presidencia de Venezuela en 1983 y las cifras obtenidas quince días antes de esa elección. El diseño del sondeo fue realizado por un grupo interdisciplinario de Caracas. Los resultados fueron los siguientes:

Resultados de las elecciones-Resultados muestrales

	%	%
J. Lusinchi	56,85	53,51
R. Caldera	34,57	33,12
J.V. Rangel	3,32	4,21
T. Petkoff	4,17	8,85
Otros	1,09	0,31

En resumen las principales reflexiones que se hicieron en el seminario fueron la siguientes:

- a) La realización de las encuestas políticas con validez no es privativa de las sociedades más desarrolladas.
- b) Con muestras técnicamente seleccionadas es posible anticipar resultados sobre procesos electorales.
- c) Es necesario llevar a cabo un conjunto de encuestas preelectorales sucesivas que permitan hacer análisis de tendencia. Un sola encuesta no tiene valor predictivo por sí misma.
- d) Las encuestas nos dan un reflejo en un momento dado, que es el sentir del votante con respecto a los candidatos que disputan su simpatía y su voto. No es de ninguna manera la encuesta definitiva, cuyo registro queda en las urnas el día de la votación.
- e) Las encuestas políticas, en términos generales, cuentan con escasos controles de calidad.
- f) Para el diseño de la muestra, generalmente, no se dispone de marcos muestrales actualizados.
- g) Es recomendable el muestreo probabilístico en las encuestas preelectorales.
- h) Deben buscarse las técnicas para determinar el voto de los indecisos y los votantes que no desean expresar la intención del voto.
- i) El aspecto ético debe ser un elemento importante de la encuesta política. Las empresas encuestadoras como tales no deben tener convicciones o preferencias políticas.

EL CASO NICARAGÜENSE

Recientemente se realizaron las elecciones presidenciales en Nicaragua. Y, una vez más, en expresiones de algunos forjadores de opiniones, las encuestas fallaron en las predicciones de los resultados electorales. Las firmas encuestadoras, tanto nacionales como extranjeras, vaticinaron el triunfo de Daniel Ortega. Sin embargo, el 25 de febrero de 1990 resultó ganadora en esos comicios electorales, Violeta Chamorro con el 55 por ciento de los votos. En cambio Daniel Ortega logró el 40 por ciento.

De acuerdo a informaciones publicadas en la prensa nacional, solamente dos empresas, una de Costa Rica y otra de Venezuela, acertaron con la ganadora, pero no con las estimaciones de las verdaderas proporciones.

La Empresa de Estudios y Consultas de Opinión (ECO) y la Universidad Centroamericana (UCA) de Nicaragua realizaron una encuesta en el mes de enero de 1990.

El tamaño de la muestra fue de 6.000 personas seleccionadas en todo el país. Los resultados indicaron que los candidatos por la UNO y el FSLN podrían obtener:

	V. CHAMORRO	D. ORTEGA
	%	%
Voto Máximo	43,3	67,8
Voto Mfínimo	27,9	54,2

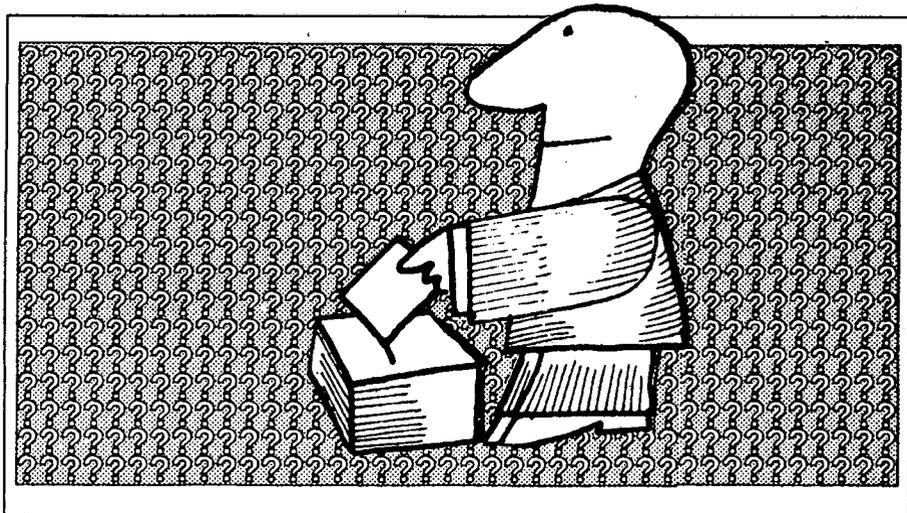
(El voto máximo de Violeta Chamorro estuvo fundado en la hipótesis de que los indecisos votaban por ella).

La empresa de investigación de opinión pública, registrada en Washington, Greenberg/Lake realizó una encuesta preelectoral entre el 13 y 19 de Enero de 1990. El estudio se basa en una muestra aleatoria de 901 votantes, en áreas urbanas y rurales de todo Nicaragua. Los resultados señalaron una preferencia por Daniel Ortega del 51 por ciento de los entrevistados. Mientras que la candidata de la UNO obtuvo solamente el 24 por ciento de las preferencias.

Es indudable que en los periodos de crisis las predicciones se hacen más difíciles y riesgosas, pero aun este caso cabe preguntarse : ¿qué ocurrió con la técnica de predicción empleada? Para contestar la pregunta planteada, no basta con disponer de los documentos técnicos de las encuestas, sino determinar si se emplearon los pasos, mencionados anteriormente, de un Sistema de Control de Calidad.

A manera de ejercicio académico podríamos especular un poco acerca de los resultados de esas encuestas, tratando de averiguar las posibles irregularidades cometidas durante el desarrollo de las investigaciones:

a) El empleo del muestreo no probabilístico. Generalmente colocan a los entrevistadores en calles y avenidas con mucha afluencia de personas, y realizan las entrevistas a votantes que circulan por ellas.



b) Las empresas extranjeras contratan a las firmas encuestadoras nacionales para la realización del trabajo de campo. Y éstas por disminuir los costos no ejecutan con rigurosidad las bases teóricas establecidas en el documento técnico de la encuesta.

c) Generalmente, en un gobierno al estilo de Nicaragua, los cuestionarios deben contener preguntas que permitan estimar en forma indirecta la intención del voto. Y en consecuencia establecer el voto fuerte y el voto blando.

d) Por la estructura geográfica de Nicaragua se hace costoso diseñar muestras verdaderamente representativas.

e) En las encuestas no se recurre al empleo de la simulación del voto secreto.

f) Las empresas encuestadoras extranjeras, específicamente las norteamericanas, formulan las preguntas del cuestionario en base a la cultura anglosajona, y las firmas locales traducen las preguntas en forma literal, sin adaptación a la cultura local.

g) Es posible que los entrevistadores no fueran seleccionados bajo el criterio de la independencia ideológica.

h) El votante nicaragüense, probablemente, no acostumbrado a la entrevista directa, podía pensar que lo estaba visitando un funcionario del gobierno.

En lo personal, respecto a los resultados de las encuestas preelectorales en Nicaragua, considero que la principal falla la pudo introducir el propio votante. Ocultó, por temor, hasta el día de la elección su verdadera preferencia electoral, que resultó ser Violeta Chamorro. (Más complejo sería analizar el proceso de toma de decisión personal y los factores circunstanciales que intervinieron).

Esperemos que en las próximas elecciones presidenciales en Nicaragua, las cátedras de Estadística e Informática junto con la de Opinión Pública de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, puedan diseñar una encuesta preelectoral para predecir los resultados electorales. Pero ello nos exige actualizar y profundizar desde ahora los conocimientos relacionados con la Teoría de la medición, Teoría del muestreo, Análisis de componentes principales, Análisis factorial de correspondencias múltiples, Análisis de conglomerados, Análisis discriminable y Escalamiento multidimensional. Estas áreas del conocimiento son indispensables para una interpretación más afinada de las encuestas por muestreo, que corren el riesgo permanente de convertirse en instrumentos políticos más que en técnicas de investigación, particularmente en períodos de crisis.

ENCUESTAS Y RESULTADOS FINALES DE LA VOTACION PRESIDENCIAL EN NICARAGUA

EMPRESA CONSULTORA	Borge y asociados	CID	ECCO	Greenberg Lake/Itzani	DOKA	Bendixen y Schroth/Logos	Mora y Araujo, Noguera y asociados	ECCO	Beltin Russonho/Itzani	Borge y Asociados	
FECHA DE EJECUCION	abril 1989(*)	octubre 1989(*)	enero 1990	enero 1990	enero 1990	enero 1990	enero-febrero 1990	febrero 1990	febrero 1990	febrero 1990	Ultimo cómputo votación presidencial
RESULTADOS (en porcentajes)	51,7	49,6	53,3	56,9	68,8	66,1	63,7	58,4	56,1	64,9	61,7
F.S.L.M. (Daniel Ortega)	42,3	39,0	73,2	61,4	30,3	67,6	37,7	67,9	67,1	38,6	40,8
UNO	6,8	11,8	2,4	6,7	11,8	4,8	9,6	3,7	4,8	7,1	4,6

Elaborado por Demoscopia S.A. y el autor. Datos ponderados eliminando indecisos. (*) Para esta fecha aún no había sido definida la candidatura de la Sra. Violeta de Chamorro y la UNO aún no existía como coalición.