

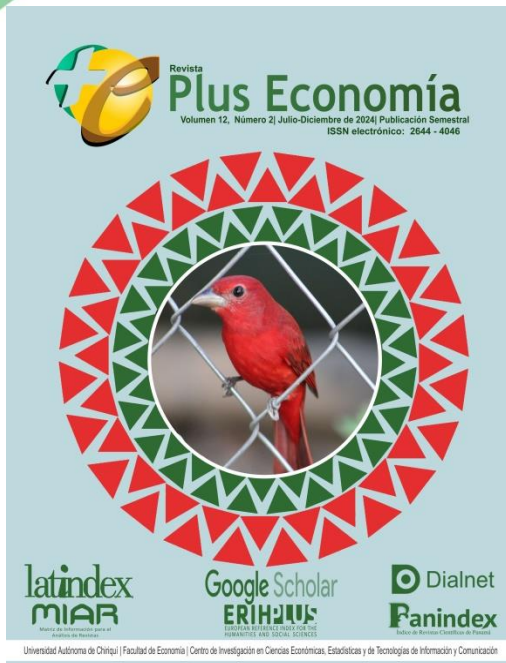


REVISTA PLUS ECONOMÍA

ISSN electrónico: 2644-4046

pluseconomia@unachi.ac.pa

Centro de Investigación en Ciencias Económicas, Estadísticas y de
Tecnologías de Información y Comunicación, CICEETIC
Universidad Autónoma de Chiriquí (UNACHI)
República de Panamá



Autores

Mixela Amaya de Mayorga

Argelia García

Afiliación

Departamento de Estadística Económica y Social,
Facultad de Economía, Universidad de Panamá/Centro
Regional Universitario de Los Santos, Universidad de
Panamá.

Título

¿POR QUÉ FALLAN LAS ENCUESTAS ELECTORALES?

DOI: <https://doi.org/10.59722/pluseconomia.v12i2.794>

Vol. 12, Núm. 2

Julio - Diciembre de 2024

pp. 5-11



¿POR QUÉ FALLAN LAS ENCUESTAS ELECTORALES?

Fecha de recepción: 09/02/2024

Fecha de aprobación: 03/06/2024

DOI: <https://doi.org/10.59722/pluseconomia.v12i2.794>

Autores

Mixela Amaya de Mayorga¹



<https://orcid.org/0009-0002-5835-8091>

mixelade@gmail.com

Argelia García¹



<https://orcid.org/0009-0008-6060-462X>

argelialis44@gmail.com

Afiliación

¹ Departamento de Estadística Económica y Social, Facultad de Economía, Universidad de Panamá/Centro Regional Universitario de Los Santos, Universidad de Panamá.

Resumen

Todos los días tenemos acceso a una gran cantidad de información estadística de diversas áreas como economía, finanzas, salud, deportes, política, entre otras.

Las “encuestas” electorales se realizan con la intención de conocer sobre los procesos electorales antes, durante y después de las elecciones. En la actualidad las encuestas electorales son visualizadas por gran parte de la población como una simple carrera de caballo, con el interés de querer conocer quién será el ganador, olvidando los aspectos técnicos y científicos inherentes a una encuesta como una verdadera investigación estadística.

Para identificar el valor o credibilidad de una encuesta, se debe evaluar de forma crítica la metodología y sus resultados, para lo cual, debe considerarse si se basó en una muestra probabilística o en una no probabilística.

Palabras clave

Encuesta, muestreo probabilístico, muestreo no probabilístico, muestra, cuestionario

Why do electoral surveys fail?

Abstract: Every day we have access to a large amount of statistical information from various areas such as economics, finance, health, sports, politics, among others.



Electoral “surveys” are carried out with the intention of knowing about the electoral processes before, during and after the elections. Currently, electoral polls are viewed by a large part of the population as a simple horse race, with the interest of wanting to know who will be the winner, forgetting the technical and scientific aspects inherent to a survey as a true statistical investigation.

To identify the value or credibility of a survey, the methodology must be critically evaluated and its results, for which, you must consider whether it was based on a probabilistic or non-probabilistic sample.

Keywords: Survey, probability sampling, non-probability sampling, sample, questionnaire

Introducción

Es de importancia recordar que la **Estadística** es una herramienta fundamental para la investigación, puesto que proporciona los conocimientos y técnicas para planear la misma, recolectar los datos, organizarlos, presentarlos, analizarlos e interpretarlos, sabiendo que la información correcta es poder.

En este sentido, es fundamental referirnos de igual manera a la importancia de la **Cultura Estadística**, que no es otra cosa que la capacidad y conocimiento que debe tener un individuo, para conocer, comprender y analizar la información estadística, no

solo como informante, sino como usuario de la información estadística.

Debemos destacar que a través de las encuestas estadísticas podemos obtener información sobre situaciones pasadas, actuales, lo cual nos permite enfrentar los nuevos desafíos, pero es fundamental que, aun cuando los datos estadísticos sean correctos, estos requieren ser interpretados por especialistas de la Estadística, ya que se pudieran obtener conclusiones con argumentos estadísticos erróneos, tal como puede ocurrir cuando, por ejemplo, no se utilizan los estadísticos adecuados.

Así como una encuesta bien diseñada puede brindar información sobre cualquier tema, también nos



permite conocer sobre opiniones de los votantes entrevistados, lo que permitirá a los diferentes candidatos elaborar sus políticas y propuestas para satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

En este artículo trataremos de que los lectores puedan diferenciar entre una encuesta probabilística y no probabilística y los alcances de cada una de ellas.

Generalidades sobre la Estadística

La Estadística es la rama de las matemáticas que examina las formas de procesar y analizar datos (Berenson, M., 2006).

Una encuesta consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir (Sampieri, H.R., 2010).

Una **encuesta** es un instrumento, a partir del cual es factible generar información estadística, de manera clara y precisa, con base en un sistema de preguntas previamente elaboradas. La encuesta, generalmente se considera como sinónimo de muestra, no obstante, ésta se puede aplicar a una

parte de la población (muestra) o a toda la población (censo). (Amaya, 2018).

La encuesta nos proporciona información en un momento dado; se desarrolla en un periodo determinado, con un cuestionario predefinido.

El **cuestionario** es el instrumento que permite recoger información de la población a la que irá dirigido, sobre diversos temas. Estas preguntas se basan en indicadores válidos y confiables, ordenados por temas y de manera lógica, de forma que minimice todo tipo de sesgo, formuladas en un lenguaje claro y sencillo; que no anticipe o induzca respuestas y que la duración de su aplicación conserve la atención de los encuestados.

El **muestreo** es un término usado comúnmente para describir el proceso de obtener información, sólo de una parte de la población estadística. Pérez, C. (2000).

En toda investigación, la elección del método de muestreo es de suma importancia para garantizar resultados confiables, representativos y significativos. Dos enfoques comunes son el muestreo probabilístico y el no probabilístico.



Llamamos muestreo probabilístico cuando se usan las matemáticas para planear, seleccionar y evaluar la muestra. Martínez B., C. (2019).

Principios de muestreo que se deben seguir:

- Basar sus opiniones sólo en las poblaciones de donde provienen las muestras.
- Permitir que cada elemento de la población tenga una probabilidad conocida de ser seleccionada.
- Asegurar que ninguna configuración particular de la población modifique el carácter aleatorio de la muestra.
- Para que la muestra sea representativa de la población, cada elemento de la población debe tener probabilidad conocida y diferente de cero de ser seleccionado.

Las encuestas que utilizan métodos de muestreo no probabilísticos, suelen producir sesgos importantes, que quizás no son intencionales, pero que invalidan los resultados, ya que el muestreo no

probabilístico se basa en el criterio de quien planea la muestra.

En general, una **muestra** es una colección de unidades de muestreo seleccionadas de un marco o de varios marcos, León (2017)

Una buena muestra debe ser representativa de la población. Esto significa, que todas las características importantes de la población tienen que estar en la muestra en la misma proporción que en la población, Kelmansky, D.(2009).

Si la muestra es demasiado grande, genera mucho gasto y trabajo sin brindar ningún beneficio significativo; si es demasiado pequeña, no es posible garantizar que sea representativa. Sin embargo hay otros elementos que se deben considerar para un muestreo bien hecho, no sólo calcular el tamaño correcto de la muestra.

Las **“encuestas” electorales** pueden ayudar a tener una noción sobre lo que piensan o sienten los posibles votantes entrevistados, permitiendo evaluar estrategias de campaña, viabilidad de una candidatura, conocer lo que esperan los electores de un candidato, etc. Se clasifican en tres



categorías de acuerdo con el momento en que se realizan y tienen distintos propósitos: encuestas preelectorales, encuestas a boca de urna, encuestas post-electorales.

Las encuestas electorales, generalmente tienen muchas limitaciones metodológicas, no obstante su aplicación sigue en aumento a través del tiempo. Aunque no está científicamente comprobado el impacto que puedan tener en la población votante, sabemos que su publicación ejerce cierta influencia sobre cierta población.

Los sondeos, aún cuando incluyen como pregunta principal, ¿con quién votaría usted, si las elecciones fueran hoy?, los resultados los utilizan no sólo para inferir hacia toda la población votante, sino para pronosticar. Luego cuando estos pronósticos fallan, las críticas se trasladan a las encuestas como técnica, más que a quienes hacen mal uso de la Estadística.

Lo que debemos comprender es el uso indebido o abuso en la aplicación de la Estadística. En este sentido, aún cuando estos sondeos se pudieran

realizar un día antes o hasta el mismo día de la elección, no son un pronóstico.

Lo que garantiza la validez de los resultados de cualquier encuesta por muestra, es la aleatoriedad en las etapas del muestreo y que los individuos tengan probabilidad conocida y diferente de cero de ser elegidos y recordando que las encuestas no pronostican.

Diferencia entre encuesta por muestra, sondeo y push polls.

Existen diversidad de métodos para obtener información, la diferencia está en que no todos son científicos. Algunos ejemplos de sondeos son los que se hacen online, vía telefónica, etc., en estos casos, los resultados sólo representan a los que respondieron, que pudieran ser los que tienen una misma inclinación, o que los que responden son los que pudieran tener acceso a internet, teléfono, etc.



Push polls

Las push polls son un mal uso del método científico. Son llamadas telefónicas, a los posibles votantes, a quienes se les formulan preguntas diseñadas para influir en su respuesta, a favor de un candidato, generalmente el patrocinador de la misma. Engañan a los ciudadanos, haciéndoles creer que están contestando una encuesta propiamente dicho, cuando en realidad están siendo objeto de un estímulo propagandístico.

Sondeo es un mecanismo para acercarse a la visión que tiene algún subgrupo de una población, sobre un determinado tema. Utilizan diferentes métodos: preguntas en la calle, por teléfono, mediante citas previas, etc. Generalmente, requieren respuesta voluntaria, Kelmansky, D.(2009).

En ocasiones, el muestreo probabilístico, resulta muy costoso y se acude a métodos no probabilísticos, aun cuando se conoce que no permite hacer inferencias, pues se desconoce sobre la probabilidad de selección de los elementos.

Aún cuando son importantes los avances tecnológicos, que permiten

nuevas formas de obtener, presentar y difundir la información estadística, reiteramos la importancia de un especialista en Estadística, que le presenta ventajas como:

- Evitar dar por válidos falsos resultados.
- Presentar resultados en base a datos reales y objetivos.
- Analizar e interpretar correctamente los datos.

Conclusiones

- Las encuestas electorales pueden ser útiles para para conocer tendencias en un momento y lugar determinado, pero no para pronosticar y mucho menos, cuando cada vez más electores, definen su voto en los días previos a la elección, es decir, en la veda electoral.
- No es recomendable comparar resultados de diferentes encuestas, ya que se pudieron realizar en diferentes momentos o pueden provenir de diferentes métodos de muestreo o de selección de los entrevistados.



- Un método de muestreo deja de ser probabilístico si su método de selección no es aleatorio. Tal es el caso del muestreo por cuotas, en donde encuestador simplemente cumple con una cuota de entrevistados, lo que convierte este tipo de muestreo en muestreo por cuotas (no probabilístico), método en el que generalmente basan las encuestas electorales.
- Un cuestionario mal diseñado y estructurado puede ser fuente de errores y sesgos, además, de falta de respuesta, lo que generalmente no se mide y que puede invalidar una muestra probabilística.
- Las “encuestas” electorales adquieren particular importancia en coyunturas preelectorales, debido al efecto que pueden generar en algunos votantes.
- No todos los votantes y candidatos creen en las encuestas electorales. En este sentido, una expresidenta de Panamá durante su campaña, en donde no marcaba como favorita, decía que sólo creía en las encuestas de carne y hueso y fue la ganadora de esas elecciones.
- Los políticos saben que la publicación de resultados favorables, aumenta el número de simpatizantes, al igual que la moral de sus militantes.

Referencias

- Amaya, M. (2010). *Muestreo Básico*. Panamá: editorial Portobelo.
- Berenson, M. (2006). *Estadística para Administración*. México: Alambra Mexicana, Editorial S.A. de C.V.
- Kelmansky, D. (2009). *Estadística para todos*. Buenos Aires, Argentina: Artes Gráficas Rioplatense, S.A.
- León, P. (27 de marzo de 2017). Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ven_mue_aud_pp.pdf
- Martínez B, C. (2019). *Estadística Básica Aplicada*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Sampieri H., R. (2018). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill Interamericana.
- Pérez, C. (2000). *Técnicas de Muestreo Estadístico*. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.