NUESTRAS ENCUESTAS Y EL PLEBISCITO: ALGUNAS HIPÓTESIS

El plebiscito fue sorpresivo para todos. Las firmas encuestadoras, en promedio señalamos 20 puntos de diferencia entre las dos opciones, la nuestra presento un 62% por el Sí y un 38% por el No. Al final la diferencia fue de 53.894 votos, el 0,4% del total[[2]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftn2).

Somos conscientes de nuestra responsabilidad ante la opinión pública, los medios con quienes tenemos una alianza y los actores públicos que se informan con nuestras encuestas. Por ello, hoy presentamos un balance y autocrítica sobre lo ocurrido.

No es posible predecir el futuro y las encuestas no pretenden hacerlo. No obstante, si pueden contribuir a disminuir la incertidumbre y en el caso del plebiscito no lo hicieron. Quienes publicamos encuestas electorales, a diferencia de los estudios de mercado, somos medidos frente a los escrutinios, lo cual implica un alto nivel de exigencia.

Para realizar esta evaluación utilizamos varias fuentes. Primero, las 9.758 encuestas realizadas por Cifras y Conceptos en hogares colombianos de 66 municipios, en 5 mediciones. Segundo, un procesamiento de las 3.007 encuestas de la última medición, para identificar personas con imagen favorable de Álvaro Uribe, desfavorable de Juan Manuel Santos e intención de voto por el Sí. Esto nos dio un grupo de 700 personas de las cuales pudimos re-contactar a 259.  Tercero, los comentarios públicos de otros colegas y diversos analistas y, finalmente, la información de la Registraduría sobre el censo electoral y los escrutinios.

Ninguna hipótesis explica por si sola lo sucedido, por ello creemos que la combinación de varias de ellas, es la mejor forma de entender la diferencia entre nuestras encuestas y los escrutinios. Además, sólo pretendemos analizar lo sucedido con nuestro instrumento “Polimétrica”. Finalmente, nuestro ejercicio de re-contacto post plebiscito, es experimental y sólo representa a quienes amablemente nos respondieron. Las hipótesis son:

Primera, **El triunfalismo del Sí**. En nuestro ejercicio post plebiscito, uno de los resultados más llamativos y contundentes es que el 25%, manifestaron no haber salido a votar, en parte por el clima y en parte por la confianza en la distancia entre las dos opciones. Ello sugiere que nuestros datos tuvieron un efecto de desestimulo en la participación electoral de estas personas.

Segunda, **La campaña del NO**. Es evidente que tuvieron un mensaje más claro y un liderazgo unificado. Su campaña fue desarrollada  en un escenario de desconfianza frente al gobierno y además hubo un bajo nivel de información sobre los acuerdos, lo cual se manifestó en que apenas el 20% de la gente consideraba que estaba bien informada al momento de votar.  Hoy es de conocimiento público, que dicha campaña recurrió a estrategias para maximizar ambas situaciones[[3]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftn3).

Tercero, **el Huracán Mathew**. La Costa Caribe era la región donde el apoyo al sí era más contundente, 73% en nuestra última medición. El 2 de octubre tuvo la participación más baja del país  y de su historia reciente. Mientras en Huila el 39% del censo salió a votar, en Atlántico, la participación sólo fue del 24%. Si la participación de la Costa Caribe hubiera sido cercana al promedio nacional, el Si habría logrado una ventaja de al rededor 600 mil votos.

Cuarto, **el No Vergonzante**. En nuestro re contacto, de las personas que efectivamente salieron a votar y nos habían dicho que lo harían por el Sí, un 21% cambiaron su voto. La mitad por rechazo al Presidente Santos y nos manifestaron que lo volverían a hacer. Un 33% explico su cambio de voto a raíz de la campaña desinformativa del No. En el dialogo post plebiscito, estas personas manifestaron que el triunfalismo del gobierno con el Sí y las diferencias tan amplias en las previsiones los motivaron a contestar Sí en la encuesta, cuando su deseo intimo era apoyar el NO.

Quinto, **el voto cristiano**. Ha sido una explicación recurrente, no obstante, los números parecen indicar un efecto limitado. Para comenzar, con Polimétrica hemos encontrado que el 17% de los votantes activos, se consideran Cristianos. Al ver la forma como votaron en el congreso de 2014, encontramos que alrededor de 570 mil de ellos lo hicieron por listas o candidatos cercanos a estas iglesias. En nuestro re- contacto, apenas el 7% de quienes cambiaron su voto, nos manifestaron haberlo hecho por la influencia de su líder religioso.

Este ejercicio intenta explicar el cambio de voto de un 11% de personas, que dijeron apoyar el Sí en la encuesta y votaron no. Quienes no salieron a votar por el Huracán y el triunfalismo del Sí, puede explicar 6 puntos, el rechazo a Santos 3, y finalmente la desinformación e influencia de los grupos cristianos 2 puntos adicionales.

En nuestro trabajo partimos del supuesto ético que la gente nos contesta lo que realmente piensa. No obstante, en procesos electorales atípicos, de alto nivel emocional y de polarización como este, debemos reconocer que ello no sucede con todo el mundo[[4]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftn4).

Además, está la pregunta sobre el efecto en el electorado de la publicación de encuestas. Existe, pero no es homogéneo. No siempre favorece al candidato u opción ganadora, como lo vimos el 2 de octubre. Tampoco lo hace en el mismo sentido para toda la población y ello requiere mayores exploraciones sobre la reacción del electorado a las noticias, las encuestas y otros elementos que afectan las campañas.

Estos fenómenos no fueron captados por nuestras encuestas y eso nos invita a una autocrítica. En nuestro re contacto, el 20% de las personas menciona temas de desconfianza y posible manipulación de las encuestas. Nuestra firma cree en las bondades de los métodos combinados de investigación, en los cuales, además de estudios probabilísticos realizamos sesiones de grupo, entrevistas y observaciones etnográficas. Las encuestas nos ayudan a identificar que está pensando la gente, y los otros métodos el por qué y las razones de ello. En este proceso electoral no lo hicimos y eso puede ser parte de la razón por la cual no vimos la irrupción e importancia de esas dinámicas.

Hacia delante corregiremos esta situación y complementaremos nuestras encuestas con ejercicios cualitativos, además, creemos necesario seguir trabajando en técnicas de pronóstico, como las usadas rutinariamente en otros lugares, que involucren otro tipo de información y permitan realizar estimaciones más precisas. Esto nos permitirá presentar estudios de opinión con los mejores estándares posibles y contribuir, no a predecir el futuro, pero si a disminuir la incertidumbre en la agenda pública de nuestra sociedad

Para finalizar vale la pena recordar que nuestra encuesta si estimó la probabilidad de un triunfo del NO. Era muy pequeña, pero podría suceder. Para ejemplificar lo ocurrido, miremos dos preguntas, Primera: ¿Cuál es la probabilidad que seis encuestas independientes, se equivoquen, asumiendo una confiabilidad del 95%?

**0.000000015625**

¿Cuál es la probabilidad de que un Huracán de categoría 4 golpee el territorio Colombiano en los próximos 20 años?

**0.02932**

Estos dos eventos sucedieron el pasado dos de octubre.

[[1]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftnref1) Con el apoyo de María Paula Rojas, Ángela Ordoñez y Miguel Ángel León.

[[2]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftnref2) En el anexo presentamos las tablas, gráficos, formulas y explicaciones de nuestros cálculos, organizados según van apareciendo en la línea argumentativa de este documento

[[3]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftnref3) www.larepublica.co/el-no-ha-sido-la-campaña-más-barata-y-más-efectiva-de-la-historia\_427891

[[4]](https://cifrasyconceptos.com/nuestras-encuestas-y-el-plebiscito/" \l "_ftnref4) http://www.elespectador.com/opinion/teoria