



INFORME NACIONAL

OCTUBRE
2022



FICHA TÉCNICA

Ámbito:
**República
Argentina**

Afijación:
Proporcional

Instrumento
de recolección
de información:
**Cuestionario
estructurado.**

Trabajo de campo:
**10 a 12 de
Octubre del
2022**

Error de muestreo:
+/- 2.62%

Población
objeto de estudio:
**Población
general mayor
de 16 años**

Procedimiento
de muestreo:
**Muestreo no
probabilístico por
conglomerados**

Segmentos de
ponderación:
**Género, edad,
zona y ultimo
voto presidente.**

Técnica
de recolección
de información:
Cuestionario Online

Tamaño
de la muestra:
1400 casos

Nivel de confianza:
95%



Las encuestas no se equivocan.

Nos equivocamos los/as encuestadores/as

El escritor Hernán Casciari tiene un cuento en el que dice que quienes responden encuestas son casi siempre los mismos: personas con mucho tiempo libre y una afición por determinados pasatiempos que preferimos no nombrar en un espacio como este. Según Hernán, eso hace que lo que nosotros llamamos “opinión pública” no sea más que el rejunte de las opiniones de las personas que nos atienden el teléfono seguido.

Nuestro último estudio nacional, realizado a través de pautado en redes sociales, nos mostró un dato curioso: casi un 50%% de los encuestados afirma haber respondido otras encuestas similares en el último mes.

Cada vez que una elección sale de otra forma a la pronosticada por las encuestas, el instrumento vuelve a ser cuestionado. Pasó hace algunas semanas con los colegas que encuestaron la elección local de Marcos Juárez. Volvió a ocurrir nuevamente con las elecciones en Brasil. La discusión sobre las encuestas como método para entender la opinión pública nos preocupa a quienes la estudiamos. Este **#DomingodeDatos** se propone dar una visión autocrítica y reflexiva sobre dicha discusión.

¿Qué es lo que estamos haciendo mal?

Desde hace algunos años las encuestas realizadas a través de redes sociales se transformaron en la herramienta a la que más recurrimos. El pautado digital y la masividad de las plataformas como Facebook e Instagram nos permitieron realizar sondeos de forma ágil y relativamente económica.

Pero este método empieza a mostrar sus límites. Que casi un 50% de la muestra de nuestro último estudio diga haber respondido encuestas anteriormente, es la prueba objetiva e irrefutable de esos límites.

Para que una encuesta goce de rigurosidad metodológica, todas las personas que integran el universo que se busca representar debe tener la misma posibilidad de ser encuestadas. El dato que estamos citando muestra que las encuestas digitales no están respetando ese principio de aleatoriedad. Los algoritmos dejaron de trabajar a nuestro favor y empezaron a alimentar las encuestas con audiencias que ya mostraron estar interesadas en responderlas. Audiencias que normalmente están sobre politizadas y (muy) deseosas de compartir sus opiniones.



Ese sesgo de los algoritmos contamina todas las muestras y por lo tanto distorsiona los resultados que obtenemos. Evitar este problema es uno de los desafíos que la industria de la investigación de la Opinión Pública deberá enfrentar en los próximos años.

Pero ese no es el único problema. El instrumento en sí está siendo cuestionado por la misma opinión pública que busca estudiar. Un 52% de los encuestados en nuestro último estudio dice desconfiar de las encuestas que son publicadas en los medios.

¿Pueden las encuestas estudiar a sujetos que desconfían de ellas?

Un mayoritario 76% dice que las encuestas ya no reflejan lo que piensa la sociedad. El escepticismo está instalado y es mayoritario. Restaurar el prestigio y la seriedad de un instrumento tan cuestionado es otro de los desafíos que tenemos por delante.

El problema no son sólo las encuestas, también lo son quienes las consumen.

Un 81% afirma que los políticos son adictos a las encuestas. No podríamos confirmar o desmentir esta afirmación. Pero si podemos reflexionar sobre lo que ella implica: que la política también tiene una cuota de responsabilidad en todo esto.

También su uso para obtener titulares de **#clikbait**, más la difusión desmedida y agresiva de encuestas en épocas electorales, forman parte del caldo de cultivo que le quita rigurosidad al instrumento. Específicamente de aquellas encuestas que buscan pronosticar con exactitud quirúrgica un resultado semanas o días antes de la elección.

La política opera con la creencia generalizada de que la difusión de estudios en los que determinado candidato sale favorecido aumenta esa tendencia positiva. Décadas de estudios de comunicación política desmienten este mito, pero la persistencia en el error continua y la gente se empieza a cansar.



Un 76% de las personas que respondieron este estudio, afirma que las encuestas no le sirven para determinar su voto. Las evidencias se siguen acumulando, pero aun así seguramente la mala praxis de publicar pronósticos inexactos continuará. Siempre promovidos por la política.

Entonces, ¿Para qué encuestamos?

Quienes consuman nuestro **#DomingodeDatos** regularmente notarán que este informe es algo distinto a los anteriores. Esta vez no incluimos imágenes de figuras políticas ni el desempeño de los gobernantes. Tampoco ningún dato de intención de voto. Esto puede aguardar algunos días más.

Quisimos hacer algo distinto este mes para fomentar una discusión amplia, sincera y sobre todo profesional sobre la cuestión de las encuestas. Lo hacemos incluso difundiendo datos que podrían poner en tela de juicio algunos de los datos que nosotros mismos realizamos.

Al igual que ocurre en otros campos de la ciencia, para mejorar la rigurosidad de los métodos y hacer más certeros nuestros estudios el conocimiento compartido es fundamental. No tenemos miedo a mostrar nuestra propia falibilidad porque sabemos que ese es el primer paso para mejorar nuestro trabajo y volver a traer prestigio a una industria que es cuestionada cada vez que las urnas vuelven a abrirse.

No encuestamos para predecir resultados como si se tratará de una tirada de cartas de Tarot. No encuestamos pensando que la difusión de nuestros datos favorecerá a uno u otro actor político.

Encuestamos para interpretar la opinión pública de las sociedades en las que vivimos. Porque estamos convencidos de que interpretando las tendencias de dicha opinión podemos contribuir a mejorar el debate democrático y dar herramientas a los actores que integran dicho debate para poder construir consensos políticos y sociales.

Esa es la mayor contribución a la que aspiramos. Y para eso hace falta mejorar el instrumento con el que trabajamos.

Hasta el próximo **#DomingodeDatos**.



La metodología indica como hacer las encuestas y las estadísticas como procesar los datos, pero el número puro y duro “no predice” un resultado: es el análisis político profesional de ese número en el contexto, acompañado de otros estudios, de informaciones primarias y secundarias, pero también de experiencia y oficio. Y amor por la tarea.

Bonus sobre las PASO:

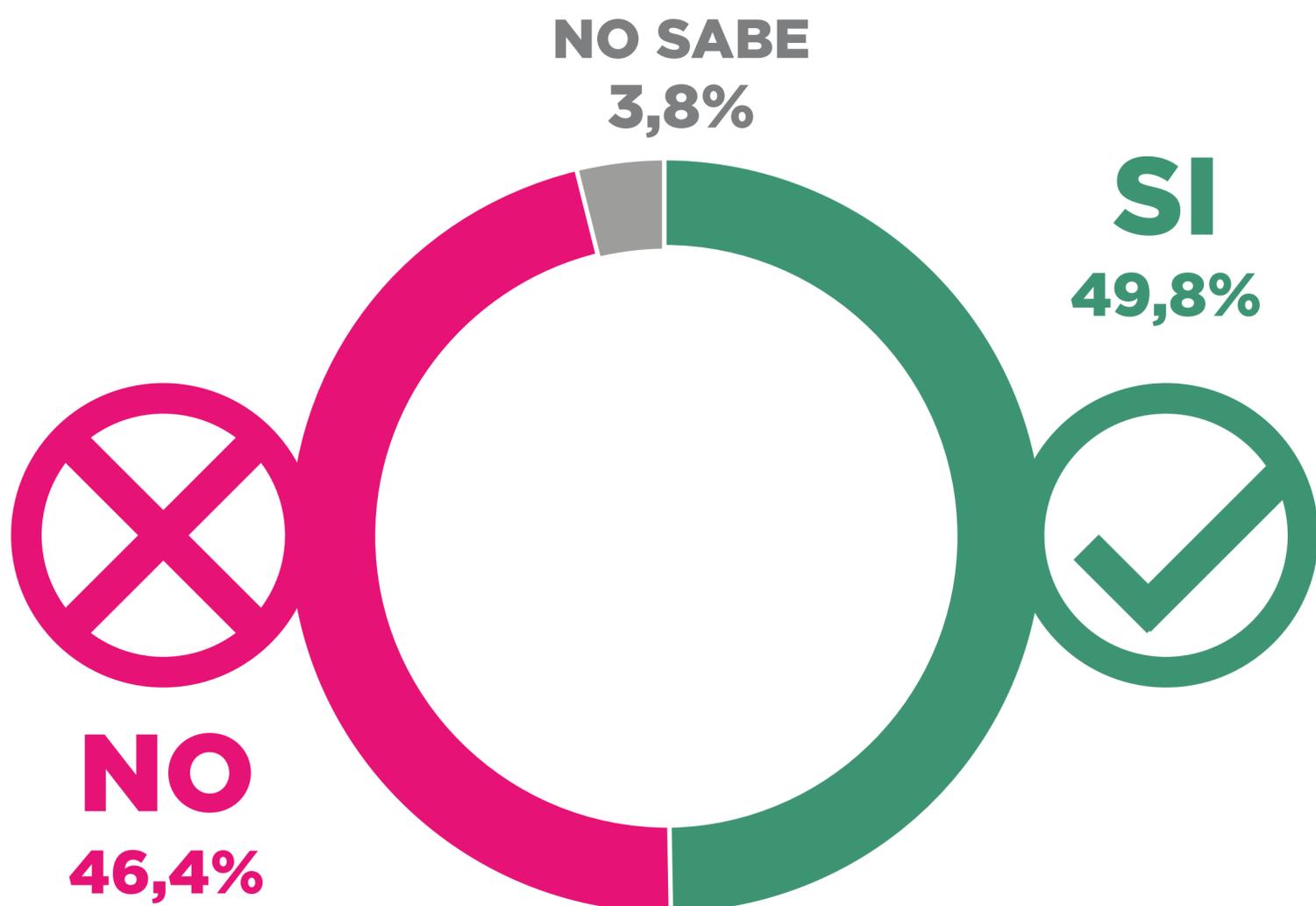
- Un 67% cree que las PASO deberían dejar de ser financiadas por el Estado.
- Un 57% cree que las PASO deberían dejar de ser obligatorias.
- Sin embargo, un 51% cree que son importantes para la democracia y un 60% cree que el oficialismo quiere suspenderlas por conveniencia política.



MÓDULO ENCUESTAS



¿EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS HA RESPONDIDO ALGUNA OTRA ENCUESTA ONLINE COMO ESTA?



DESGLOSE POR GÉNERO



48,8%

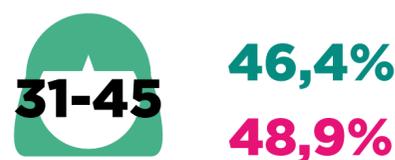
47,3%



50,4%

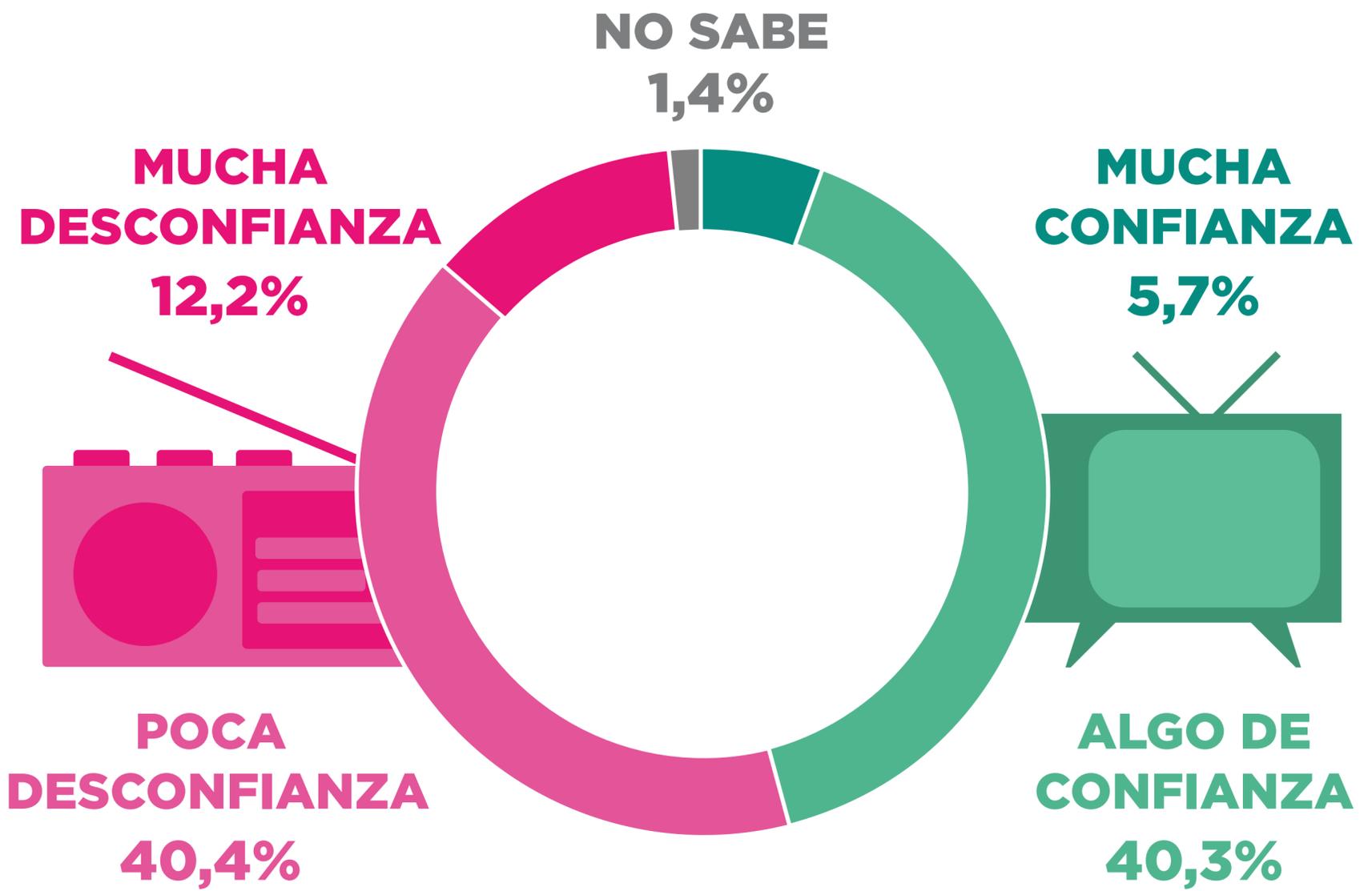
46,1%

DESGLOSE POR EDAD





¿CÚAL ES EL NIVEL DE CONFIANZA QUE TIENE EN LAS ENCUESTAS QUE PUBLICAN LOS MEDIOS DE COMUNICACION?



NIVEL DE CONFIANZA POR GÉNERO

NIVEL DE CONFIANZA POR NIVEL EDUCATIVO



MUCHA CONFIANZA

6,3%

5,1%

9,8%

7,1%

4,8%

ALGO DE CONFIANZA

41,9%

38,4%

25,5%

38,6%

41,8%

POCA DESCONFIANZA

40,0%

41,1%

47,1%

42,3%

39,1%

MUCHA DESCONFIANZA

10,3%

14,2%

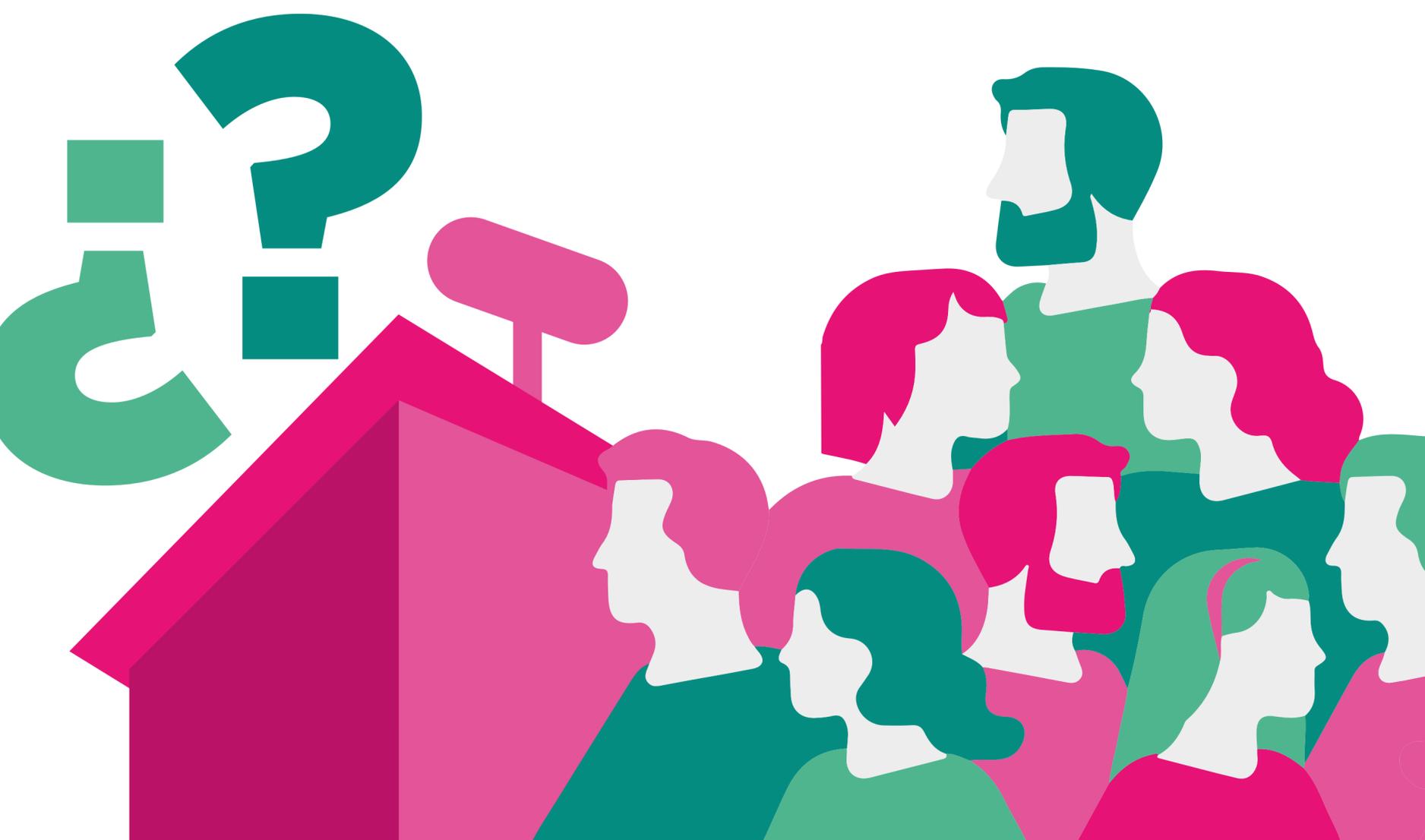
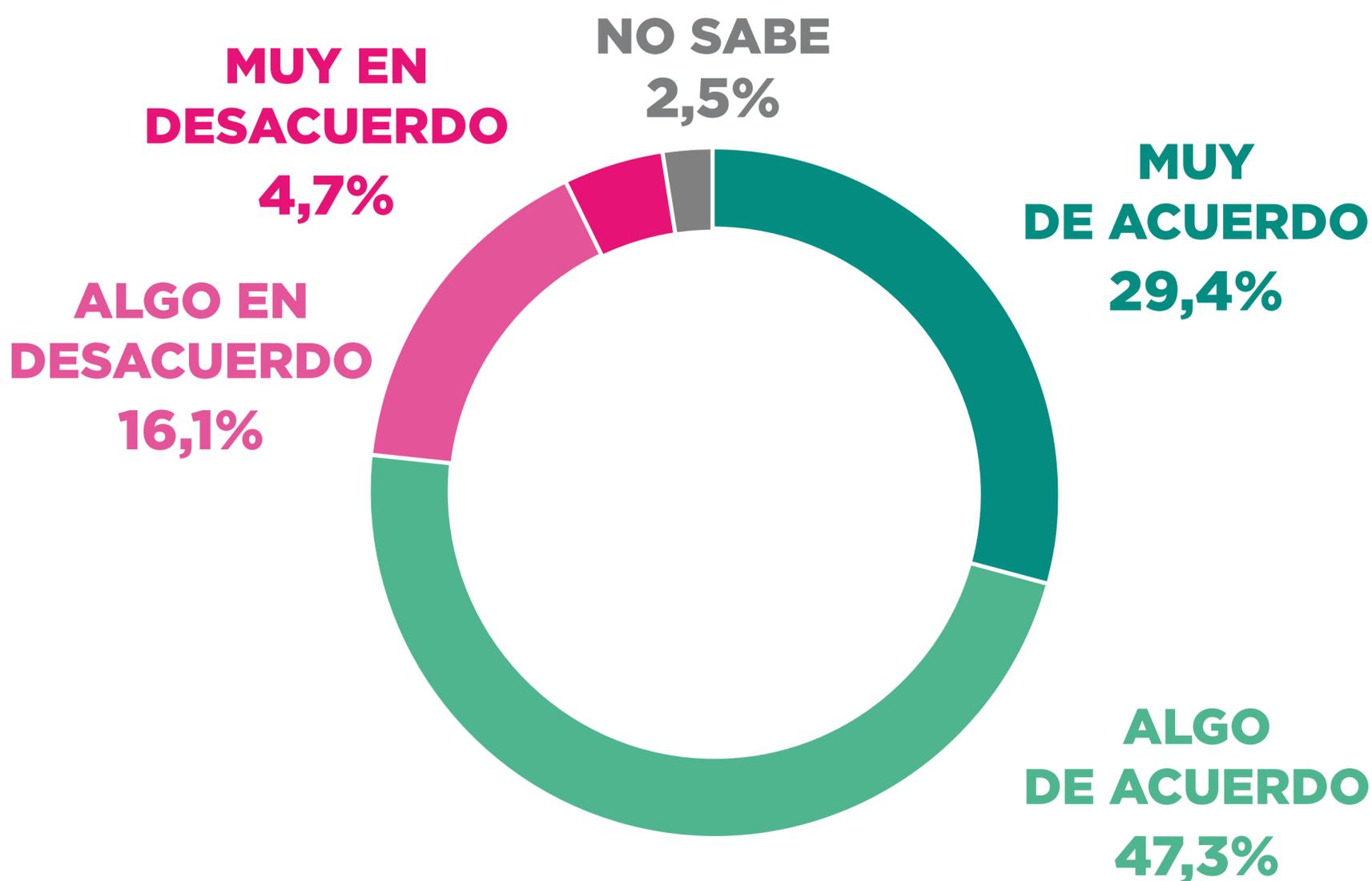
13,7%

10,5%

12,9%

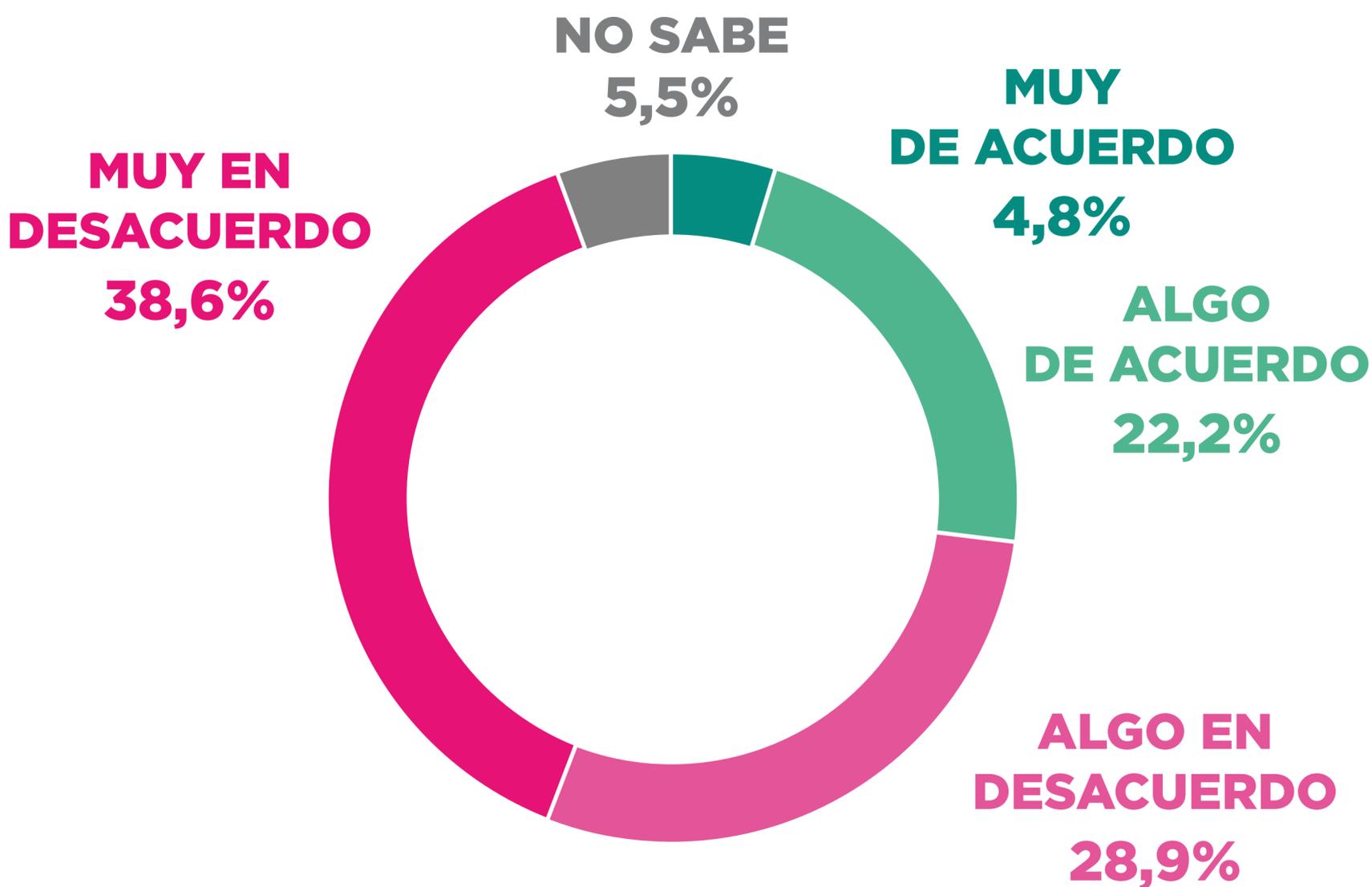


NIVEL DE ACUERDO CON LA FRASE “LAS ENCUESTAS YA NO REFLEJAN LO QUE PENSAMOS EN LA SOCIEDAD ARGENTINA”





NIVEL DE ACUERDO CON LA FRASE “SIENTO MUCHO RECHAZO A RESPONDER ENCUESTAS”



NIVEL DE ACUERDO
POR GÉNERO



NIVEL DE ACUERDO POR NIVEL EDUCATIVO



ACUERDO

26,1%

28,2%

52,0%

33,8%

22,5%

DESACUERDO

67,1%

67,6%

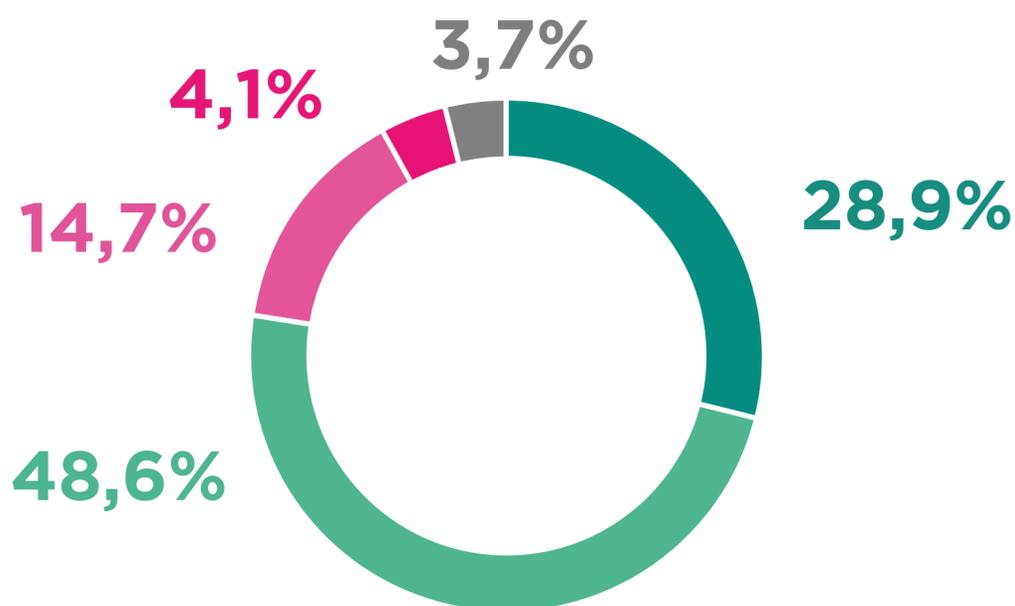
34,0%

58,1%

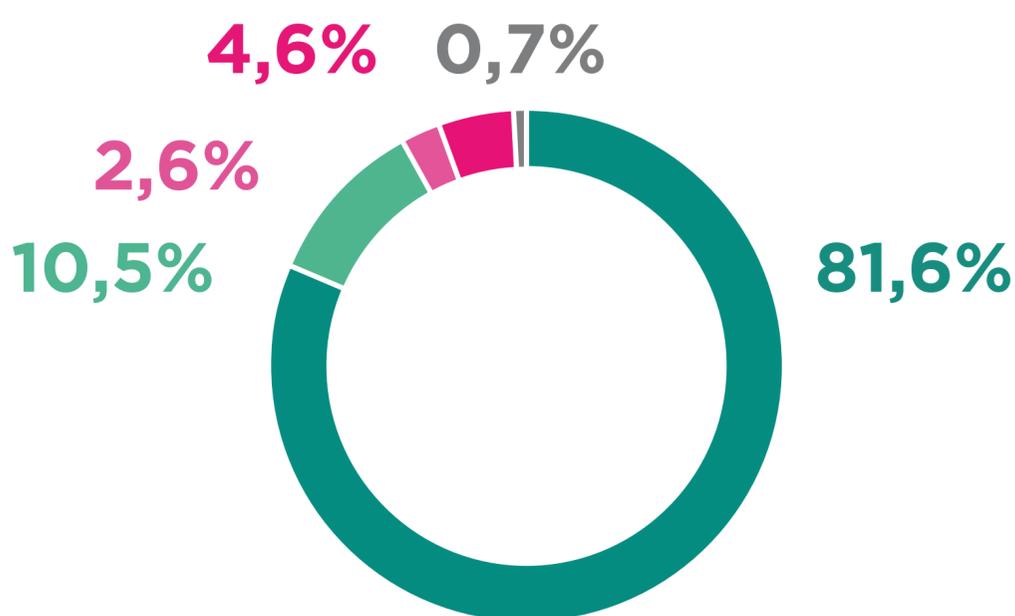
73,7%



NIVEL DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES



“LAS ENCUESTAS SON OPERACIONES POLÍTICAS”

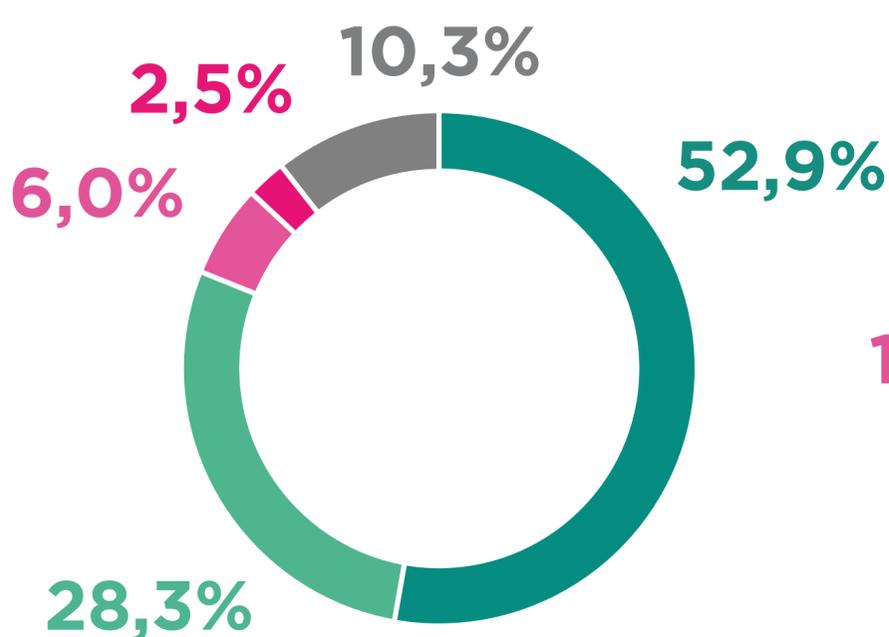


“LAS ENCUESTAS NO DEFINEN MI VOTO”

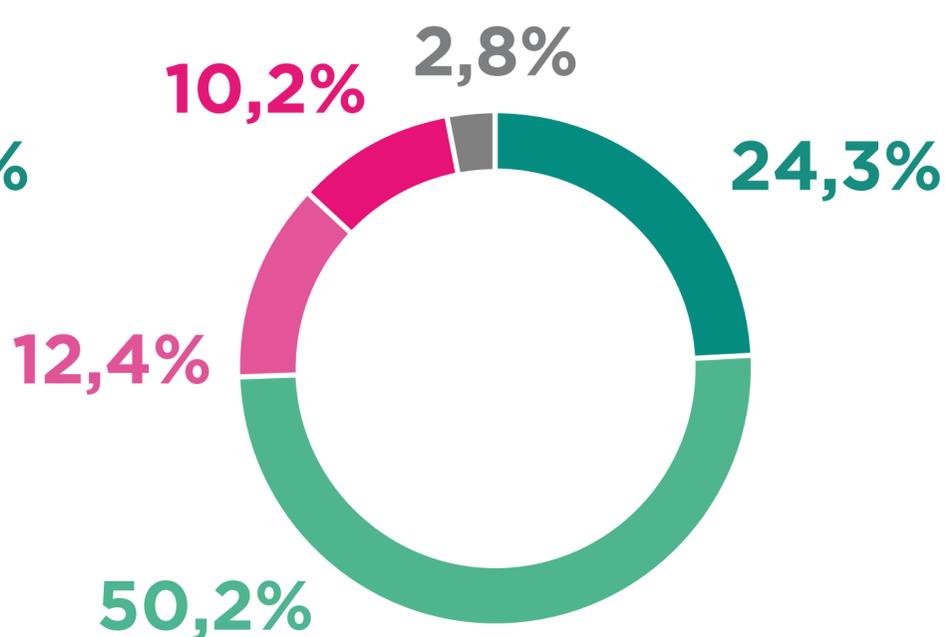




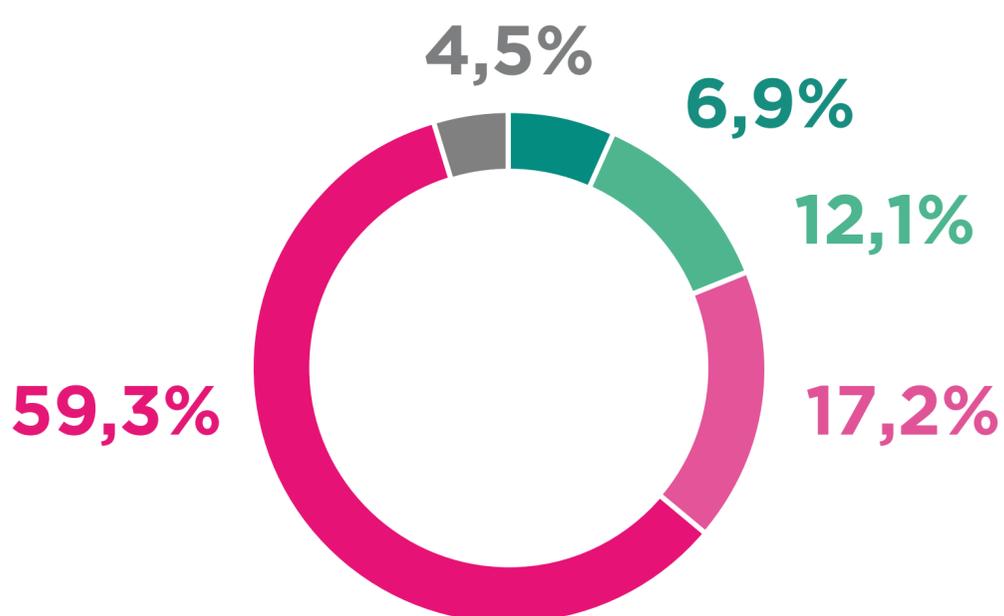
NIVEL DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES



“LOS POLÍTICOS SON ADICTOS A LAS ENCUESTAS”.



“LAS ENCUESTAS A PESAR DE TODO, SON IMPORTANTES PORQUE DAN INDICIOS DE COMO PENSAMOS”.



“LAS ENCUESTAS ME SIRVEN PARA DECIDIR A QUIEN VOTAR”.



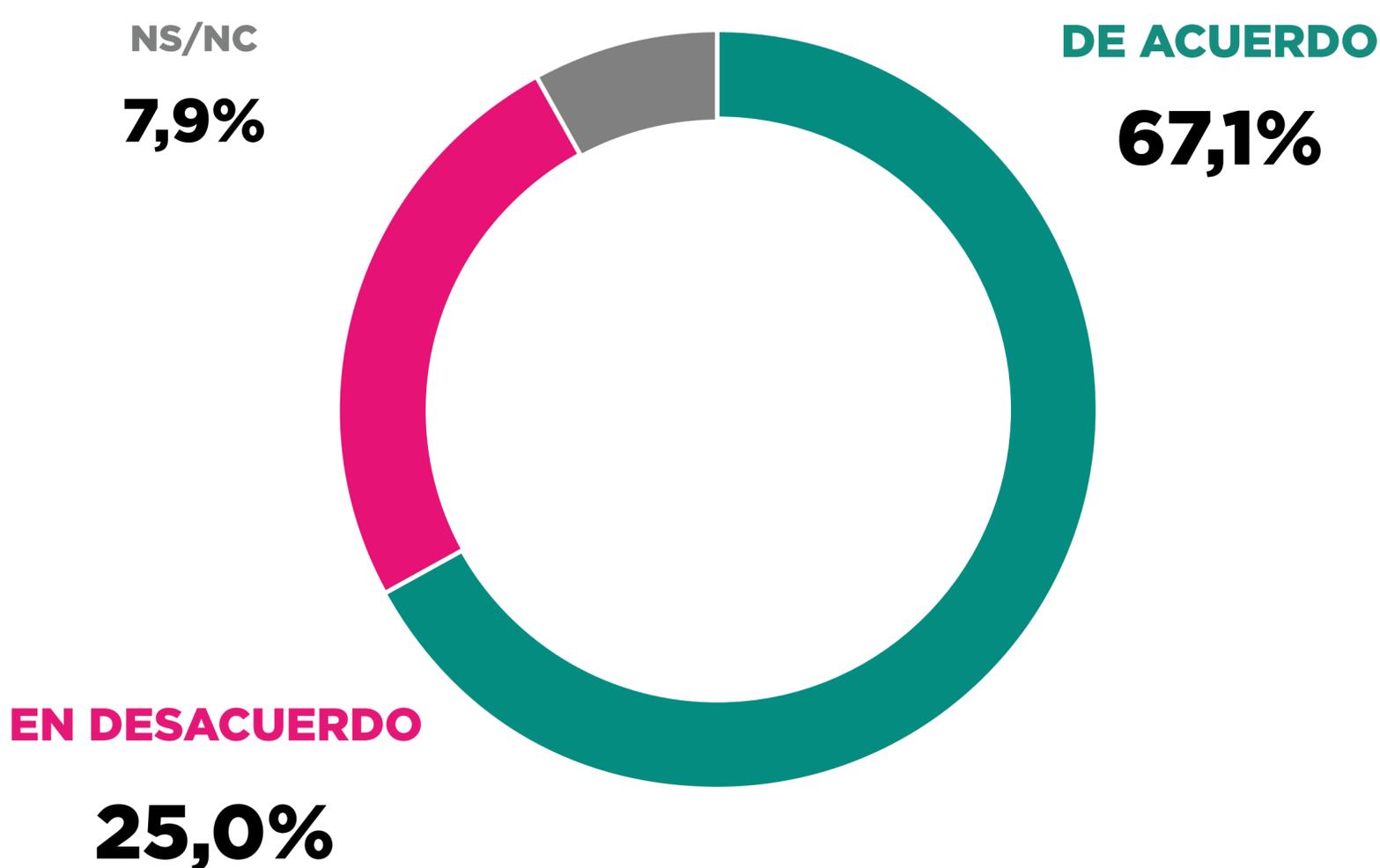


MÓDULO

PASO



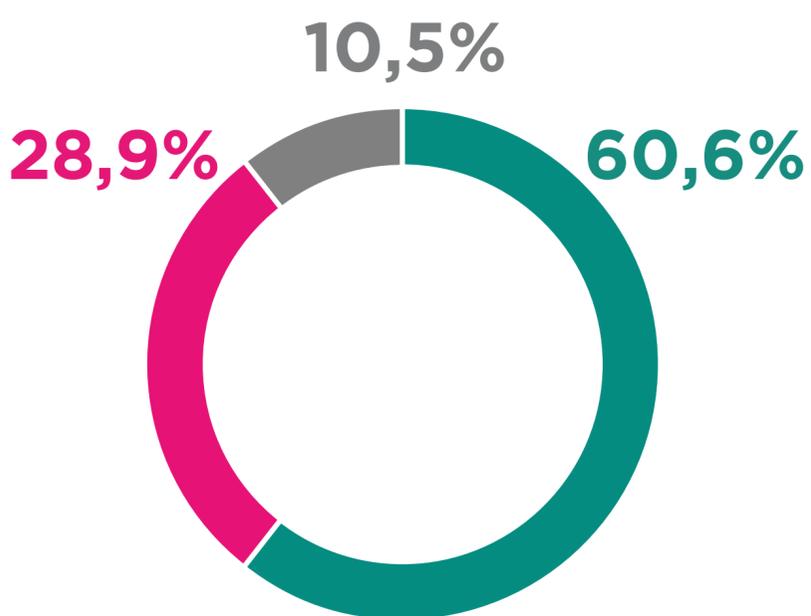
NIVEL DE ACUERDO CON LA FRASE “LAS PASO DEBERÍAN DEJAR DE SER FINANCIADAS POR EL ESTADO Y CADA PARTIDO DEBE FINANCIAR SUS PROPIAS INTERNAS”



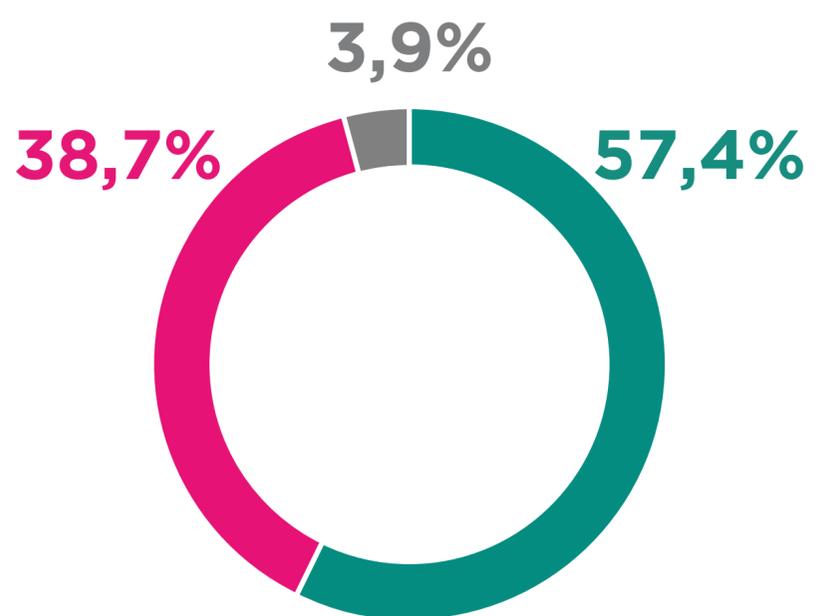
| | NIVEL DE ACUERDO BASADO EN A QUE PARTIDO VOTARÁ EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES | | | |
|------------|---|--|---|---|
| |  |  |  |  |
| DE ACUERDO | 65,4% | 57,4% | 74,6% | 68,2% |
| DESACUERDO | 26,2% | 34,0% | 17,8% | 22,7% |



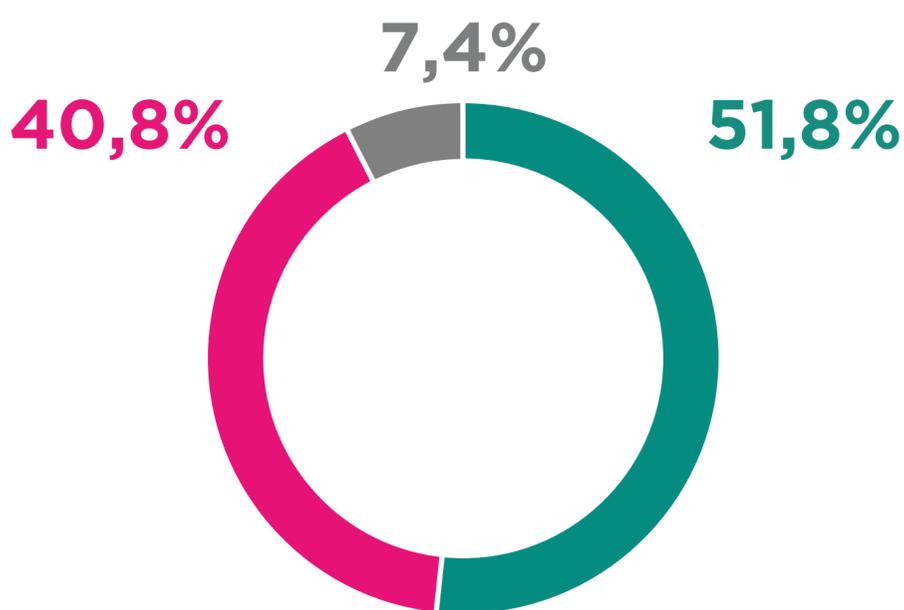
NIVEL DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES



“EL OFICIALISMO QUIERE SUSPENDER LAS PASO PORQUE LE CONVIENE POLITICAMENTE”.



“LAS PASO DEBERÍAN DEJAR DE SER OBLIGATORIAS. QUE VOTEN SOLO LOS QUE QUIERAN PARTICIPAR DE ELLAS”.

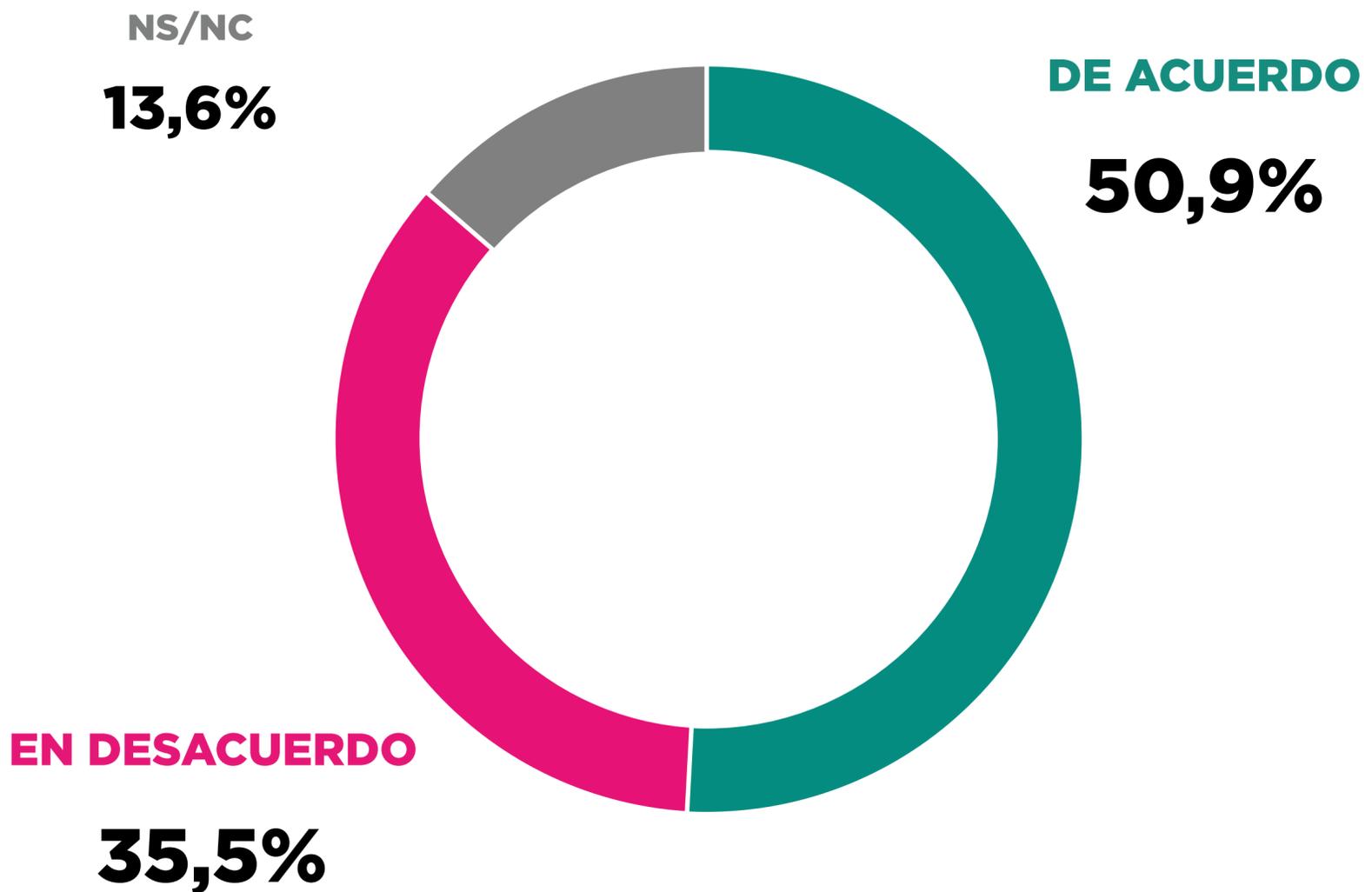


“LAS PASO SON IMPORTANTES PARA LA DEMOCRACIA Y DEBEN MANTENERSE”.

-  DE ACUERDO
-  DESACUERDO
-  NO SABE



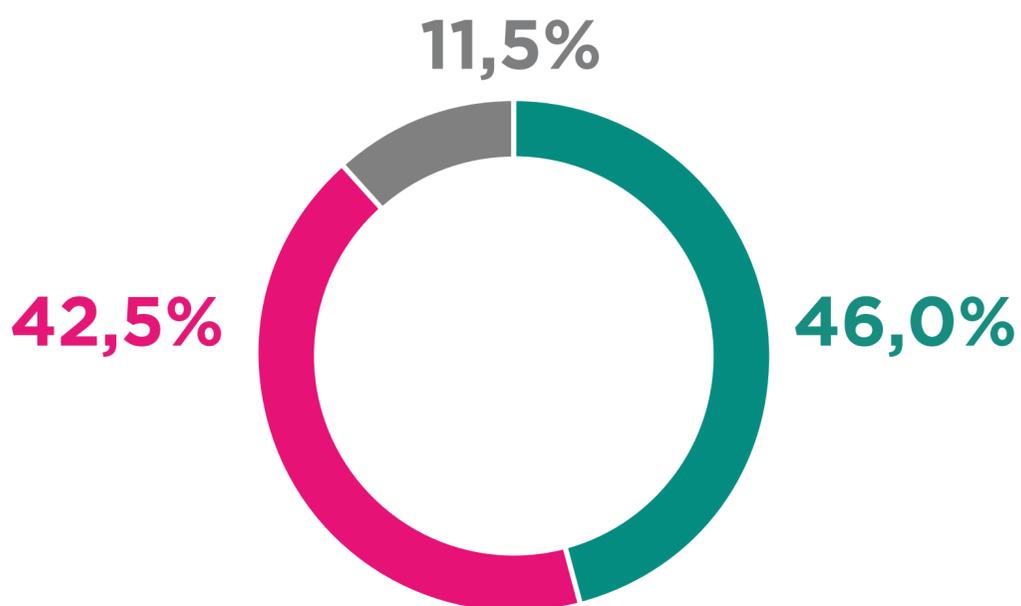
NIVEL DE ACUERDO CON LA FRASE “LAS PASO DEBERÍAN SER USADAS SÓLO POR LOS PARTIDOS QUE TIENEN COMPETENCIA INTERNA”



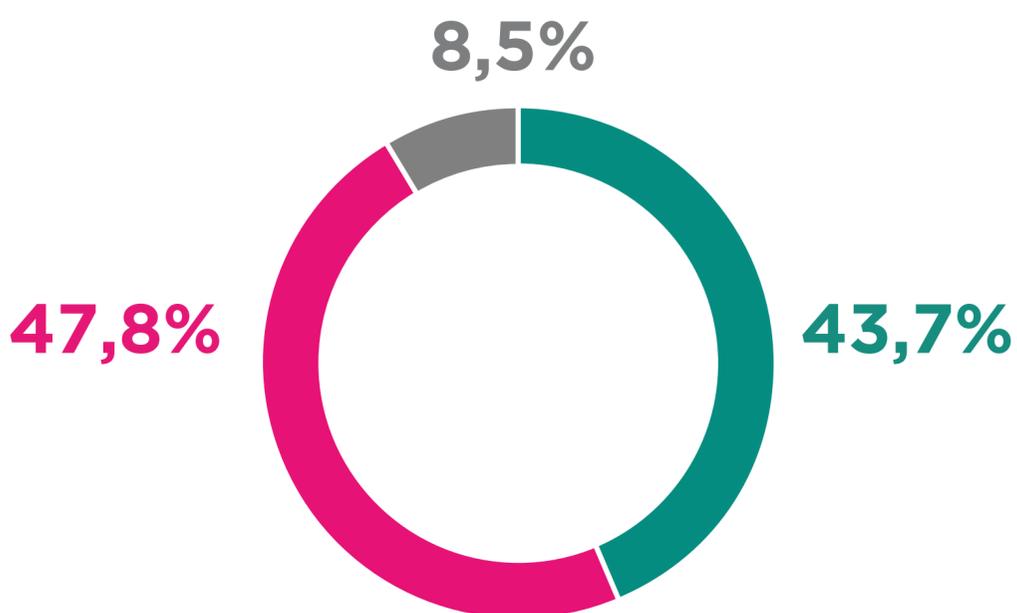
| | NIVEL DE ACUERDO BASADO EN A QUE PARTIDO VOTARÁ EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES | | | |
|------------|---|--|---|---|
| |  |  |  |  |
| DE ACUERDO | 51,0% | 47,2% | 47,6% | 56,5% |
| DESACUERDO | 33,5% | 39,7% | 40,0% | 39,1% |



NIVEL DE ACUERDO CON LAS SIGUIENTES FRASES



“LAS PASO DEBERÍAN REEMPLAZARSE POR INTERNAS PARTIDARIAS SOLO PARA AFILIADOS E INDEPENDIENTES”



“LAS PASO SON UN COSTO INECESARIO Y DEBERIAN ELIMINARSE”

-  DE ACUERDO
-  DESACUERDO
-  NO SABE

