

# ¿Mentimos en

PAULA POVEDA - MADRID

Con la intención de conocer cuál será nuestro voto en las próximas elecciones, si tenemos previsto comprar un determinado producto o crearnos la necesidad de poseer uno concreto, o simplemente para saber cómo son nuestros hábitos de vida, cada día miles de españoles participan en encuestas de todo tipo. Preguntas, la mayoría de las veces a través del teléfono o con cuestionarios electrónicos, a través de las que gobiernos y empresas obtienen datos de un valor millonario. Pero ¿son los resultados que obtienen veraces? Este diario ha encargado la «encuesta de las encuestas» para tratar de arrojar un poco de luz sobre el asunto. Quédate con estos datos: el 55,7% de los entrevistados por NC Report para LA RAZÓN consideran que los resultados ofrecidos por cuestionarios sobre información pública son de fiar y el 65,7%, que decimos la verdad cuando nos preguntan qué vamos a votar en las elecciones. Los expertos, sin embargo, trabajan con decenas de elementos de corrección porque saben que, en realidad, y especialmente en los últimos tiempos, a los españoles nos divierte mentir en las encuestas.

Tratamos de decir verdad, pero en el proceso de elaboración de un sondeo de opinión intervienen muchos factores externos

## La encuesta de las encuestas.

Los españoles nos fiamos de los resultados de los sondeos, pero los expertos en demoscopia saben que no siempre decimos la verdad. Por suerte, existen fórmulas matemáticas que corrigen nuestra falta de sinceridad para que la radiografía sea exacta

que pueden provocar sesgos en el resultado final de la medición. Técnicos especialistas en demoscopia mantienen que las personas con las que contactan a la hora de recabar información pueden mentir por razones de lo más variopinto, dar una respuesta no real porque no siempre comprenden a la perfección el sentido de las preguntas o que se produzca lo que han bautizado como «efecto telescopio» y que no es otra cosa que hayan olvidado cuestiones o respuestas que dieron hace más de seis meses. «En general la gente no está muy interesada en la política y muchas veces no recuerdan a quien votaron cuando se les pregunta pasado medio año. Otras veces dan una respuesta en función del entrevistador o la ideología, en el caso de que la reconozcan, de la empresa o medio que encarga el sondeo», asegura Juan José Domínguez el politólogo que ha logrado «clavar» todos los últimos sondeos electorales.

Él acertó con el resultado del referéndum de Escocia, la elecciones del 20-D y 26-J, la victoria de Trump en Estados Unidos, el Brexit y predijo, con cifras, que Pedro Sánchez ganaría las primarias del PSOE. No se trata de magia, trabaja con un programa matemático que diseñó para una empresa demoscópica cuyo nombre no revela y en la que aún está empleado. Todo está en los números. Ha logrado localizar los



# SÍ

**60.000**  
euros puede  
costar una  
encuesta a  
domicilio a una  
muestra de  
1.200 personas

**25-30**  
euros es el  
precio que, de  
media, cobra  
cada entrevista-  
dora por  
encuesta

municipios de todo el país en los que el patrón de voto ha coincidido en todas las elecciones de las últimas cinco legislaturas. «Con la entrada de Ciudadanos y Podemos corregimos el modelo para darles cabida. Salió bien», explica como si la cuestión fuera sencilla. Por eso, ahora «con unas pocas encuestas» y algo de trabajo de corrección posterior basándose en criterios científicos consigue acercarse mucho a las cifras que arrojan las urnas en las jornadas electorales.

El ejemplo de Domínguez no es la tónica habitual en los últimos tiempos. Nadie consiguió aventurar en sus pronósticos que la suma de Junts Per Cat, Esquerra y CUP podrían dar al bloque independentista la victoria en las catalanas. ¿Por qué fallan los sondeos? ¿No se están haciendo bien las encuestas? En este caso la respuesta del experto no es muy teórica: «Nadie se atrevió a mostrar públicamente su tendencia política, la gente mintió. Los españoles somos un poco cachondos a la hora de votar. Nuestra historia e intrahistoria nos afecta y una de las razones por las que los nacionalismos y el independentismo crecen es que la gente vota con el bolsillo».

El truco infalible para conseguir que los datos de las encuestas sean lo más veraces posibles lo da el primer director del CIS y co-fundador del Instituto de Opi-

Pero...  
¿reconocemos  
que decimos la  
verdad cuando  
nos llaman?



LORENTE FERRER - MADRID

El interés por la previsión del tiempo meteorológico no sólo es cosa de la España eminentemente rural y agraria de la primera mitad del siglo pasado y dependiente de la climatología. En el siglo XXI una España mucho más urbanizada sigue demandando información del clima para organizar su vida cotidiana. Esta necesidad de información se traslada también a otra ciencia, en este caso social, la demoscopia, que aporta dos beneficios a la sociedad. Por un lado su misión de estimar el potencial de cada partido sin esperar a las urnas y por otro es un canal participativo y con garantías para el ciudadano cuando se le pide su opinión. Las encuestas nos permiten conocer en cada momento la correlación de fuerzas políticas

existente sin tener que esperar cuatro años a unas elecciones. En la encuesta de NC Report para LA RAZÓN, el 55,7% de las personas entrevistadas confían en los sondeos. Frente al 26,4% que no les da credibilidad, la proporción es superior a 2 a 1 a favor de los que confían en estos estudios de opinión. La ciudadanía tiene también la posibilidad de mostrar su punto de vista en las encuestas y un medio de comunicación se encargará de difundirla de forma agregada con otras opiniones y finalmente la administración correspondiente conocerá el parecer de la ciudadanía. En el sondeo de LA RAZÓN el 79,7% de los ciudadanos encuentra utilidad social a las encuestas, frente a un minoritario 9,7% que se la niega. En esta era de noticias falsas y de referendums populistas y contrarios a la democracia

# las encuestas?

nión Pública que lo precedió: «Lo mejor es ir al hogar del entrevistado. Para que haya buenas respuestas la gente tiene que confiar en el entrevistador», asegura Juan Díez-Nicolás. Por eso, aunque las empresas demoscópicas optan cada vez más por obtener sus datos a través de encuestas telefónicas o cuestionarios virtuales o postales, que tienen un retorno para las empresas de apenas el 1%, el CIS continúa a día de hoy haciendo sus preguntas puerta por puerta. Se trata, sin embargo, de un procedimiento caro. «Si la entrevistadora –sí, casi siempre mujeres por un asunto de empatía– la hace con calidad, tienes que pagar entre 25 y 30 euros por entrevista», asegura Domínguez. Ahora no es tan sencillo como en los años 60 acceder al interior de los domicilios. El «padre» del CIS sitúa en unos 60.000 euros la cifra que puede llegar a alcanzar una encuesta a nivel nacional a una muestra de alrededor de 1.200 personas. En la actualidad tanto el CIS como las empresas demoscópicas más potentes cuentan con directorios informáticos a través de los que seleccionan la muestra objeto de estudio en función del sexo, estudios, nivel de renta, lugar de residencia y otros factores demográficos y sociológicos de los potenciales entrevistados. Unos listados en los que, además de localizar a las «víctimas» del estudio, también



**3** es el número de la pregunta que, según los expertos, contiene la clave de la encuesta

**55** años, desde 1963, lleva haciendo encuestas el CIS a los españoles

les sirven para corregir los datos de las personas a las que ellos «cazan» resistiéndose a contestar con la verdad.

Esto no significa, en absoluto, que los sondeos de opinión se manipulen. De hecho Díez-Nicolás cree que el «aprecio» de los españoles por las encuestas se debe precisamente a que se han ganado el prestigio desde años antes de la Transición. Así, explica que el cien por cien de las encuestas que ha realizado el CIS en sus 55 años de historia se han hecho públicas. Con una excepción: «Siempre hemos creído que no debería haber ningún organismo de control en el Gobierno que determinara qué encuestas son buenas y cuáles no lo son, por eso siempre se han publicado todas menos una que pidió el ministro Castiella sobre el cierre de la frontera de Gibraltar realizada a personas del Campo de Gibraltar. No se trataba de ninguna cuestión de Estado, a la gente le importaba un rábano», asegura. Tirando de historia, el primer director del CIS recuerda que gracias a las encuestas «el régimen se dio cuenta de que el franquismo era imposible sin Franco» y los partidos de la «izquierda radical se dieron cuenta de que lo que la gente quería eran cambios, no saltos al vacío que pusieran en riesgo nada».

De vuelta a la verdad y la mentira los expertos reconocen que hay un hueco para la trampa en

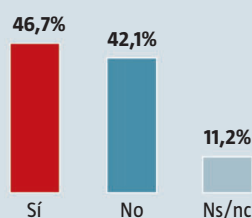
## Las voces femeninas obtienen más y mejor información

No es casualidad que Mata Hari –una de las espías más famosas de la historia– fuera mujer, como tampoco lo es que las empresas demoscópicas las elijan a ellas a la hora de obtener la información más veraz para sus encuestas. Según los expertos en sondeos, la mujer, y la voz femenina en particular, logra un mayor grado de empatía con los entrevistados. Es por esto por lo que las empresas eligen a mujeres para sus trabajos de campo. Ellas, aseguran, obtienen una mayor cantidad de información y más veraz. Según un estudio que elaboró la UNED en 2013, aunque ellos y ellas tienen el mismo grado de empatía, las mujeres son más sensibles a la hora de manifestarla.

su trabajo. «El orden en el que se realizan las preguntas tiene un efecto muy potente a la hora de hacer una entrevista. Las terceras preguntas son las que dan más información», añade Domínguez que recomienda intercalar en las encuestas para realizar sondeos de intención de voto las cuestiones relativas al voto por simpatía, el voto recuerdo y la clásica «¿quién cree que va a ganar?». El directivo del CIS niega, por su parte, que en los estudios que elabora desde 1963 el organismo público haya rastro de manipulación. «No hay grupo ideológico que no haya tenido una persona en el CIS. Los actuales empleados (en torno al centenar) han ido entrando a trabajar cuando gobernaban unos y otros de forma que, si hubiera manipulación por ideología, se contrarrestan unos a otros».

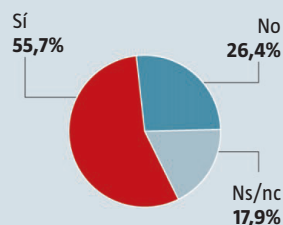
Si aún le queda alguna duda sobre si las encuestas recogen la realidad deshágase de ella. Los datos que publican son reales, para cerciorarse de ello las empresas demoscópicas elaboran un parte de incidencias cada vez que terminan un estudio. Además, para asegurarse de un buen resultado, realizan pruebas piloto con un 10% de entrevistas y repiten llamadas para verificar que la encuesta se hizo a una determinada persona. En su mano queda, eso sí, contestar lo que crea que su entrevistador quiera escuchar.

• ¿Cree que las encuestas pueden influir en la opinión de la gente?



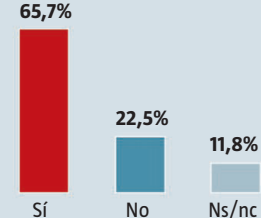
	18/34	35/54	55 y +
Sí	42,1%	47,6%	47,8%
No	47,4%	42,9%	39,1%
Ns/nc	10,5%	9,5%	13%

• ¿Son de fiar las encuestas?



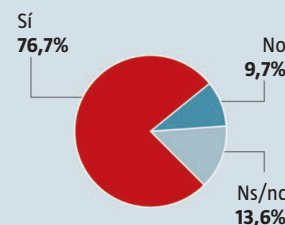
	18/34	35/54	55 y +
Sí	61,9%	55%	53,3%
No	28,6%	27,5%	24,4%
Ns/nc	9,5%	17,5%	22,2%

• ¿Dice la verdad cuando le preguntan sobre su intención de voto?



	18/34	35/54	55 y +
Sí	61,1%	66,7%	66,7%
No	33,3%	23,1%	17,8%
Ns/nc	5,6%	10,3%	15,6%

• ¿Tienen una utilidad social?



	18/34	35/54	55 y +
Sí	75%	77,5%	76,7%
No	15%	12,5%	4,7%
Ns/nc	10%	10%	18,6%

representativa, e incluso ilegales, toma más vigencia la encuesta de opinión, rigurosa por su puesto. Nada que ver con las autodenominadas encuestas populares que sin seguir criterios técnicos, sólo buscan la aprobación de sus correligionarios. De las que determinados ayuntamientos han hecho un uso abusivo y sectario en los últimos tiempos. Pero lo que nadie puede negar es la repercusión de las encuestas, en este sondeo que aquí comentamos el 46,7% afirma que sí tienen capacidad de influir en la gente, mientras que el 42,1% les resta capacidad de influencia.

Un mito que este estudio derriba es el que la gente por lo general miente en las encuestas, ya que el 65,7% afirma que dicen la verdad incluso en las preguntas más comprometidas, las de intención de voto.

FICHA TÉCNICA: Universo: Españoles con 18 años y más. Ámbito nacional. Muestra: 300. Margen de error aproximado: 5,77% para datos globales. Nivel de confianza: 95,5% dos sigma y p/q=50/50. Muestreo: selección aleatoria proporcional de los municipios y de los entrevistados por tablas de números aleatorios y cuotas de edad y género. Entrevistas: Metodología telefónica. Distribución: 77 municipios de las 17 CC AA. Trabajo de campo: 3 al 5 de mayo de 2018. Empresa: NC REPORT.