

## Encuestas: ¿Telefónicas o cara a cara?

> En los últimos meses hemos visto un aumento significativo de encuestas de opinión pública, especialmente aquellas que buscan medir la carrera presidencial. A la tradicional encuesta del Centro de Estudios Públicos (CEP), se han sumado encuestas de distintas empresas de investigación de mercado, centros de estudio, universidades y hasta de los propios medios de comunicación.

La diversidad de información ha generado un debate público sobre la calidad de las encuestas, especialmente las telefónicas: Se ha cuestionado este procedimiento por la desigualdad en el nivel de penetración de teléfonos fijos según nivel socioeconómico y por el supuesto alto nivel de rechazo de los encuestados. Esta discusión se hizo más evidente después que el CEP publicara en su Encuesta Nacional de Opinión Pública N° 59 de Mayo, diferencias significativas en las preferencias presidenciales de los encuestados con y sin teléfono de red fija.

La pregunta lógica que debemos hacernos es si existen diferencias sistemáticas entre una encuesta telefónica y una cara a cara. Y la respuesta, aparte de especulaciones, es del tipo empírico. En la práctica, ¿son diferentes los resultados de las encuestas según el método de contacto que se utilice?

La comparación no es fácil. Rara vez coinciden las encuestas en el tiempo, la redacción de las preguntas difiere de unas a otras, y el universo estudiado, parte de si son telefónicas o cara a cara, suele también variar; por ejemplo, las áreas territoriales cubiertas, si se trata de la población general o sólo los inscritos en los registros electorales, etc. En Adimark postulamos que dos encuestas bien hechas, referidas a la

misma población y con preguntas similares, deben dar el mismo resultado, independiente de si la encuesta se hace por teléfono o cara a cara.

**La calidad de una encuesta no es privativa de una metodología en específico y menos del método de recolección de datos que haya sido seleccionado.** El resultado de una encuesta dependerá de múltiples factores, y los errores dependerán en parte de factores muestrales y en parte de factores no muestrales, como la implementación del trabajo de terreno y de los procesos de control de calidad que se apliquen.

La desigual penetración de teléfonos fijos en los estratos socio-económicos no es un obstáculo insalvable para obtener una muestra representativa de la población general. Con la información que entrega el Censo 2002 se puede determinar, con exactitud, el nivel de penetración del teléfono fijo en los hogares chilenos y, con un procesamiento relativamente simple de los datos censales, la presencia de teléfono por nivel socio económico en todas las ciudades y pueblos de Chile, incluso en los sectores rurales. La probabilidad de un hogar, en cada estrato socioeconómico, de ser incluido en una muestra de teléfonos puede ser calculada de forma precisa, y por lo tanto, los sesgos pueden ser compensados con un adecuado proceso de ponderación.

En cuanto a la tasa de rechazo, no existe ninguna razón a priori por la cual el rechazo vía teléfono deba ser mayor a una encuesta cara a cara, siempre y cuando se realice la debida insistencia y rigurosidad para contactar al entrevistado probabilístico seleccionado, y se cuente con el tiempo y los recursos necesarios para ello. En realidad, la tasa de rechazo a las encuestas telefónicas no es significativamente diferente a las encuestas cara

a cara. Más aún, se puede mencionar muchas situaciones en que, vía teléfono, se logra contactar a personas que no sería posible alcanzar en forma personal. En esta situación se ubican los moradores de condominios o edificios con sistemas de seguridad que impiden el acceso a encuestadores a los hogares. En el otro extremo, existen barrios y sectores conflictivos, especialmente en las grandes ciudades, en que el acceso de encuestadores en las horas que los trabajadores vuelven a sus hogares es altamente riesgoso cuando no imposible.

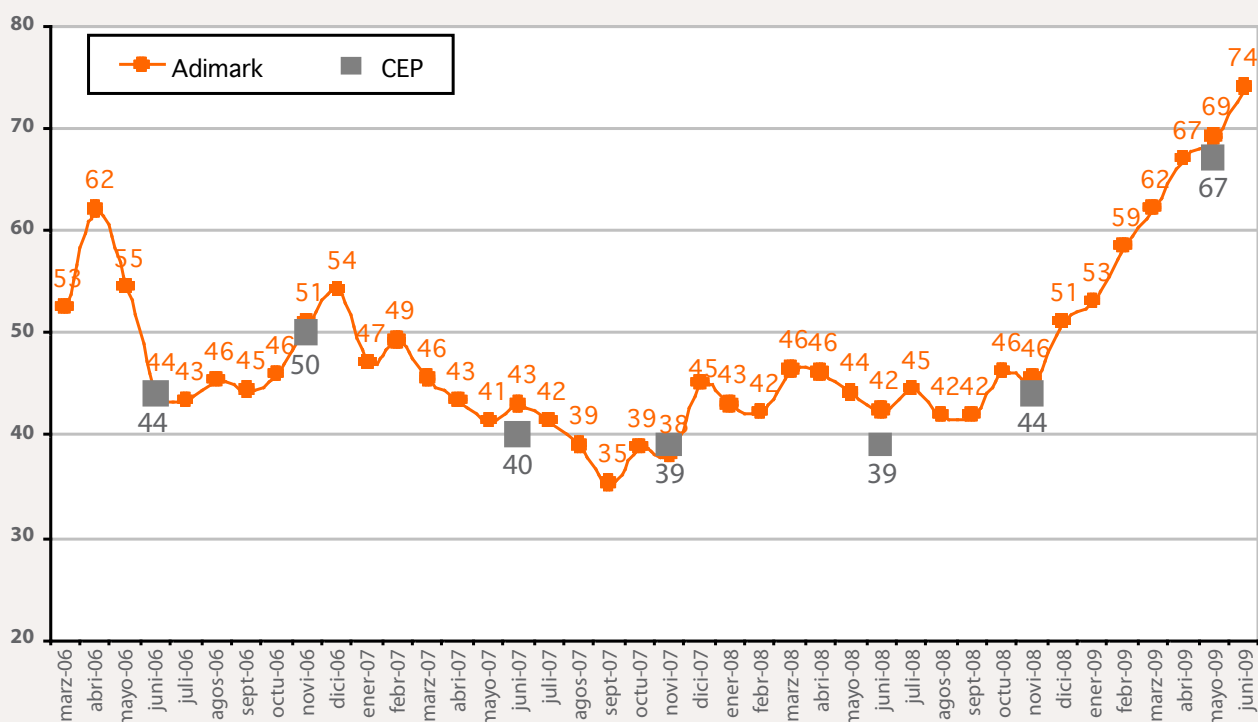
Queda pendiente entonces comprobar si, efectivamente, ambas metodologías dan resultados comparables. Para esto hemos tomado dos series de datos públicos: La Encuesta del CEP, que se realiza dos veces al año y es del tipo probabilístico y cara a cara, y la Encuesta Adimark que se publica mensualmente y es

también de tipo probabilístico, pero realizada vía teléfono.

La pregunta usada para efectuar la comparación de ambos estudios es la aprobación a la gestión de la presidenta Bachelet realizada por ambas encuestas desde que asumió su mandato en el año 2006. En este periodo, CEP realizó 7 mediciones semestrales, mientras que Adimark realizó 40 mediciones con periodicidad mensual. La redacción de la pregunta utilizada en ambas encuestas es exactamente la misma.

El gráfico más abajo muestra la sorprendente coincidencia entre ambas series, que abarcan un período de más de 3 años. Más aún, si aplicamos el margen de error informado por ambas encuestas (+/- 3% aprox.) se concluye que el resultado de ambas encuestas, en lo que se refiere a la aprobación de la Presidenta es simplemente idéntico.

### Aprobación Gobierno: Comparación Adimark (Telefónica) vs CEP (Cara a Cara)



Por supuesto, se requiere un mayor grado de validación para llegar a una respuesta definitiva. Sin embargo, los datos presentados son bastante categóricos: En tres años de mediciones

sistemáticas, las encuestas cara a cara no arrojan diferencias significativas con respecto a las encuestas telefónicas.