

IDENTIFICADOR	https://pacifista.tv/notas/les-creemos-a-las-encuestas/
FECHA ORIGINAL	5 de febrero de 2018 (publicación original en el archivo)
AUTORÍA / FIRMA	¡PACIFISTA! (firma institucional)
CLASIFICACIÓN	/notas/ · Nota · Leer
HUELLA SHA-1	bf77d9ee56745857 – huella del cuerpo archivado, calculada el 1 de octubre de 2026. No acredita el estado de la página en su publicación original.
DESCRIPTORES	Elecciones · Encuestas · Opinion · Opinion Publica
ILUSTRACIÓN	1 figura incrustada

NOTA

¿Les creemos a las encuestas?

Por **¡PACIFISTA!** · Publicado originalmente el **5 de febrero de 2018** en *¡PACIFISTA!*

No hay tendencias fijas: Petro sube, Duque baja, Fajardo quieto y Ordoñez, Londoño y Córdoba en el fondo.



Fotoilustración: Cerosetenta.

Por: Estefanía Avella Bermúdez

Esta ha sido una campaña electoral lenta, donde aún hay partidos sin candidato y candidatos sin fórmula vicepresidencial. Cuatro meses son muy pocos meses, y sin embargo es difícil apostar por alguno de los aspirantes a la presidencia de Colombia.

Es en este extraño panorama en el que empiezan a aparecer las “[Grandes encuestas](#)” de intención de voto. La semana pasada fueron dos y los resultados de ambas son impredecibles.

Miguel García, codirector del Observatorio de la Democracia de la Universidad de los Andes, explica por qué es demasiado pronto para sacar conclusiones sobre la intención de voto y por qué los medios de comunicación son, en parte, responsables de los resultados.

¿Qué nos están diciendo las encuestas hoy?

Muy poco. Primero, porque están capturando una tercera parte de personas que dicen que votarían en blanco y esos se pueden interpretar como indecisos. Que una tercera parte esté diciendo que vota en blanco cuando históricamente el voto en blanco no es mayoritario, significa que esa gente se va a mover de un lado a otro. La encuesta no nos dice para dónde se van a mover.

Segundo, dicen poco porque las distancias entre los candidatos son pequeñas. Estamos hablando de porcentajes por debajo del 20 por ciento, ahí una distancia de dos o tres puntos no dice nada. Se están declarando ganadores candidatos con diferencias muy pequeñas.

Para lo que sí sirven es para viabilizar ante la opinión un candidato. Los ciudadanos no hacen el análisis, miran quién va punteando, aunque sea por poco. En este momento las encuestas les están diciendo a los ciudadanos cuáles candidatos son viables, que en este momento son todos: Fajardo, Petro, Vargas Lleras, Duque y Marta Lucía. Y en algún momento, aunque en las encuestas aparece en el piso, es viable Ordoñez porque si él gana la consulta representaría al Centro Democrático.

Esas encuestas le están dando una pista a la gente. Pero la encuesta no es una herramienta de predicción, la encuesta toma una foto. Uno no predice el clima tomándole una foto al cielo, porque no sabe si mañana va a estar igual. Las encuestas están capturando el termómetro de la opinión en un determinado momento. De ahí a sacar una conclusión es difícil.

¿Importan la coyuntura en la que se hace la encuesta? ¿En estas encuestas influyeron los atentados en Barranquilla y la percepción de inseguridad en Bogotá?

Hay un fenómeno en opinión pública que se llama el Rally round the flag: cuando se agita una causa patriótica todo el mundo converge en torno al líder nacional. Un gran choque externo tiene un impacto temporal sobre la opinión. La gente hace una conexión entre el líder nacional y el evento.

En este caso, la gente conecta seguridad con el líder, pero no es tan sofisticada para hacer la conexión entre Peñalosa vs. Petro y la idea de que ir con Petro es ir en contra de Peñalosa.

Habría que ver si atentados como los de Barranquilla podrían llegar a convenirle a algún candidato, a los que hablan de seguridad ciudadana, por ejemplo. Pero el asunto es que en este momento a los candidatos no se asocian con ninguna idea puntual. La opinión pública sí puede llegar a ser muy sensible al momento en que se recoge la información, pero en este momento no creo que sea significativo.

¿Importa a quién encuestan las encuestas?

La probabilidad de que a usted o a mí nos entrevisten es cercana a cero, porque estamos en un país de 50 millones de habitantes, donde alrededor de 30 millones son mayores de 18 años. Las encuestas tienen una muestra de dos mil personas. Esas dos mil personas son suficientes para capturar el mood de los 30 millones.

Puede haber un sesgo urbano, porque hacer encuestas en zonas rurales es mucho más costoso y difícil para levantar la información. Las encuestas se hacen rápido, preguntan pocas cosas y generalmente se hacen en ciudades. Y no está mal. El problema no es el muestro. El gran pero de estas encuestas es el momento en que se están llevando a cabo.

Todavía es muy pronto. La gente está muy indecisa y además como los colombianos no tiene identidades partidistas sólidas, están esperando a que se acerque el momento para tomar la decisión.

¿Y los encuestadores, importan? ¿Hay sesgos?

Cesar Caballero, de Cifras y Conceptos, ha dicho que es cercano al Partido Liberal y pro paz. Pero eso no lo lleva a meterle mano a sus encuestas de modo tal que aparezcan sesgos a favor de sus candidatos. Él tiene mucho más que perder si le mete la mano a una encuesta. Esa es una ecuación que hacen todos. Esta gente no tiene ningún interés político con candidatos específicos.

¿Y qué rol juegan los medios de comunicación en las encuestas?

Los medios son arte y parte. En el Plebiscito todo el agua sucia le cayó a los encuestadores, no a los medios que también les correspondía. Los medios tienen presupuestos limitados y no están dispuestos a pagar lo que realmente vale una buena encuesta y un buen análisis. Entonces si la encuesta es mala no es solamente una responsabilidad del encuestador, sino del cliente: los medios.

Una buena encuesta puede estar por encima de los 150 millones de pesos, pero si los medios tienen sólo 100 millones para hacer cinco encuestas, seguramente las encuestas van a tener un sesgo. Van a concentrarse en zonas urbanas, van a bajar los costos y a alejarse de tipo ideal de encuesta.

Además los medios tienen una responsabilidad en la manera en que nos hacen leer las encuestas. Y hay demasiado enfoque en la carrera de caballos y en el cabeza a cabeza y en sacar conclusiones rápidas con poca información. No nos están dando un perfil del votante, no nos están diciendo quiénes son los indecisos que votaron en blanco y eso qué significa. En este momento la noticia debería ser el 30 por ciento de indecisos y no quién está ganando. Pero eso no es noticia. Es cierto que al público colombiano le falta alfabetizarse en cómo leer e interpretar encuestas, pero más falta le hace a los medios de comunicación.

¿Qué podemos decir de los candidatos a la luz de estas encuestas?

El caso de Duque no hay que verlo a la luz de las encuestas, sino de lo que pasó en 2014 con Óscar Iván Zuluaga. Un tipo que en encuestas puntuaba bajito, pero que ganó la primera vuelta. Hay que tener en cuenta la relación de Iván Duque con Centro Democrático y entender que en la ecuación Uribe tiene un peso muy importante que no capturan estas encuestas. En la intención de voto hacia un tipo como Iván Duque juegan dos factores: lo primero, es que es un candidato poco conocido y, segundo, que todavía está en un proceso de elección de la candidatura. No se puede declarar

muerto a Iván Duque. El interés de la gente en el Centro Democrático puede darle un impulso grande al que gane la consulta.

Y creo que Fajardo y Petro representan antipolítica. Petro hizo antipolítica en la Alcaldía diciendo que los políticos lo querían perjudicar. Petro tiene a su favor, además, que no se le asocia con corrupción, como a Fajardo, sino con gestiones positivas. Puede ser criticado, pero fue un tipo que estuvo en frente del cañón diciendo cosas. En Bogotá, Petro hizo muchas cosas que beneficiaron a segmentos de la población específicos donde puede tener un electorado importante. Fajardo hizo una gestión que tiene dimensiones positivas, en medio de su ambigüedad.

Este artículo fue publicado originalmente en [CeroSetenta](#). Vea la publicación original [aquí](#).

CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

FORMATO APA 7ª EDICIÓN

¡PACIFISTA! (2018, 5 de febrero). ¿Les creemos a las encuestas?. ¡PACIFISTA!. <https://pacifista.tv/notas/les-creemos-a-las-encuestas/>

FORMATO CHICAGO (NOTAS Y BIBLIOGRAFÍA)

¡PACIFISTA!. «¿Les creemos a las encuestas?». ¡PACIFISTA!, 5 de febrero de 2018. <https://pacifista.tv/notas/les-creemos-a-las-encuestas/>

FORMATO MLA 9ª EDICIÓN

¡PACIFISTA!. "¿Les creemos a las encuestas?". ¡PACIFISTA!, 5 de febrero de 2018, <https://pacifista.tv/notas/les-creemos-a-las-encuestas/>.

ACCESO ABIERTO

Derechos de ¡PACIFISTA! y de sus autores. Archivo histórico de consulta pública. Documento generado por el Centro de Memoria de ¡PACIFISTA! a partir de la pieza conservada en su archivo histórico. Se distribuye para consulta, citación, estudio e investigación. Verifique siempre la versión en línea, que es la fuente autorizada.