



30 de Octubre del 2007

Director del CERC, Carlos Huneeus:

## "Adimark subestima en forma enorme, hasta grosera, apoyo a la Presidenta"

por Alejandra Araya Brañes

Carlos Huneeus afirmó que estudios realizados por la entidad encabezada por Roberto Méndez usa una "metodología equivocada y preguntas erróneas", lo que lleva a distorsionar la realidad. "Es una cosa mal hecha y cuando las cosas se hacen mal hay que decirlas a tiempo", asegura.

Los resultados de la última encuesta del Centro de Estudios de la Realidad Contemporánea (CERC) dan al gobierno de Michelle Bachelet un apoyo de 48%, lo que difiere bastante del 35% de aprobación señalado por la encuesta Adimark.

Frente a ello el director ejecutivo del primer organismo, Carlos Huneeus, hizo una fuerte crítica a la metodología utilizada por la entidad encabezada por Roberto Méndez.

**-¿Por qué se produce esta diferencia tan fuerte entre la encuesta CERC y la Adimark sobre la aprobación al gobierno?**

-Esto se explica por las debilidades que tiene la encuesta Adimark, que son de tres tipos. En primer lugar, aplica una metodología equivocada, porque son encuestas telefónicas y sabemos que tienen una gran debilidad porque la telefonía fija cubre aproximadamente la mitad o un poco más de la mitad de la población y está disminuyendo por el avance de la telefonía móvil. Y es una encuesta telefónica especial, porque se hace durante tres semanas, un tiempo muy largo. En consecuencia, no es una fotografía, como se define comúnmente a las encuestas, sino que es una película porque requiere demasiado tiempo para la realización de las entrevistas. Una encuesta tiene que ser rápida en su realización para que capte un clima de opinión en un momento y no en distintos momentos.

En segundo lugar, plantea preguntas con alternativas equivocadas en dos aspectos, por una parte en la aprobación al gobierno tiene la alternativa "ni aprueba ni desaprueba", lo que es equivocado porque la pregunta internacional, introducida por la empresa Gallup hace medio siglo es "aprueba o no aprueba" la gestión del gobierno (o del presidente), sin una tercera opción, que sería "ni lo uno, ni lo otro". El encuestador puede no responder la pregunta, pero eso es otro tema. Se está a favor o en contra del gobierno. La tercera alternativa, además, distorsiona la pregunta, porque le deja un margen de discrecionalidad al entrevistador para juzgar si la persona está en una o en otra alternativa.

También cuando pregunta por identificación de corrientes políticas, Alianza-Concertación, pone también al Juntos Podemos, que no existe como tal hoy día, si no solamente cuando hubo elecciones -vamos a ver si lo hace en el futuro-, e incluye a los "independientes", en circunstancias que en ninguna papeleta existen los "independientes". Esta es una alternativa falsa, que no existe.

Y en tercer lugar, como tiene un cuestionario que no le permite responder los resultados que tiene, la empresa especula sobre los factores que lo explican, entregando razones sin tener fundamentos que se sostengan en la información reunida. Esos motivos, especialmente los dos primeros -

metodología equivocada y preguntas erróneas- llevan a que las encuestas de Adimark tengan los resultados conocidos que subestiman en forma enorme, hasta grosera, el apoyo a la Presidenta y a los partidos, porque yo no puedo aceptar que una encuesta diga que la Alianza tenga 14%, en circunstancias que sabemos que tiene poco menos del 50%.

**-¿Esto confunde a la opinión pública?**

-No solamente se confunde a la opinión pública, sino que también los dirigentes caen en un error y hasta yo diría que son inducidos a un error porque da a entender que hay una mitad de la población que está dispuesta a apoyar a alternativas distintas a los partidos existentes. Si usted ve hoy día una columna de una señora en La Segunda dice exactamente eso, lo que es absolutamente falso porque los partidos siguen siendo los principales actores en las elecciones en Chile, como en cualquier democracia. Además, hay una gran continuidad en las preferencias ideológicas y a los partidos, como yo lo demostré en los resultados de la encuesta que entregué ayer.

A mí me parece grave, daña la industria que se entreguen esos resultados y se perjudica a la opinión pública y a la clase dirigente con datos que no corresponden a la realidad y que van a ser desmentidos por los resultados electorales en un año más. Cuando eso se produzca, las encuestas van a ser dañadas y todos vamos a pagar el pato por eso y yo no estoy dispuesto a quedarme callado cuando se hacen malas encuestas con esos resultados.

**-¿Usted ha conversado con el presidente de Adimark respecto a esto?**

-No, ¿por qué voy a tener que conversar? Aquí no hay un gremio o una asociación que reúna a las empresas que hagan estudios de opinión pública y cuando esta fue creada hace algunos años atrás por Marta Lagos, diversas empresas no quisieron meterse en este asunto porque consideraron que el mercado regula esta industria de mejor manera y que todo lo hacen bien. Como no existe una instancia a la cual recurrir para presentar estas críticas, tengo la obligación profesional y ética de defender una actividad que es de enorme importancia para los medios de comunicación y para la opinión pública en general.

**-¿Habría fines políticos detrás de estas diferencias de resultados?**

-No me interesa. Él tiene opiniones políticas bien claras, si usted ve las entrevistas que tiene, opina mucho de política, pero no me voy a referir a eso. Creo que es un problema de metodología mal hecha no más y mal manejo profesional, no le daría intencionalidad política. Es una cosa mal hecha y cuando las cosas se hacen mal, hay que decirlas a tiempo porque después nos lamentamos de los errores cometidos, léase Transantiago.

**-El académico Gabriel Davidovics criticó las encuestas hechas en base a muestras de cuotas, argumentando que sobre las cuales no se puede calcular la precisión de la información.**

-Esta es una crítica que carece de sentido. Basta que usted mire la página web de la Asociación Mundial de Estudios de Mercado, que agrupa a miles de empresas que hacen encuestas en el mundo, Esomar, y verá que considera a las encuestas por cuotas junto a las probabilísticas. El prof. Davidovics critica las encuestas por cuotas porque no se puede calcular el margen de error, una observación que no las invalida y que tampoco tiene sentido en las encuestas de opinión. La calidad de las encuestas se mide en la predicción electoral y nadie se protege en el margen de error para decir que lo hizo bien. El ciudadano espera que se haga una predicción del resultado con un margen razonable de exactitud y no acepta que se le responda "acerté dentro del margen de error, más 2 o menos 2 puntos". Seguir objetando las muestras por cuotas es rechazar el avance de esta disciplina en el mundo moderno, parece como las personas que, a comienzos del siglo pasado, se resistían a aceptar al automóvil y preferían seguir andando a caballos.