

# UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

**ESCUELA DE ESTADÍSTICA**  
*Centro de Estudios de Opinión-CEO*

**RADIO UNIVERSIDAD**

**RADIO U**

**CANAL 15**

**¿FALLAN LAS ENCUESTAS?**  
**RESULTADOS DE UN SONDEO TELEFÓNICO DESDE LA UCR**  
**EL 5 DE FEBRERO DEL 2006**

**Johnny Madrigal Pana, M.Sc.**  
**Escuela de Estadística**  
**Coordinador de Encuesta**

**San José, Costa Rica**  
**Febrero 2006**

Documento disponible en [www.ucr.ac.cr](http://www.ucr.ac.cr) (sección de documentos)

## INVESTIGADORES

### Escuela de Estadística

Edgar E. Gutiérrez  
 Johnny Madrigal  
 Olman Ramírez  
 Agustín Gómez  
 Gerald Mora  
 Sonia Linares  
 Elena Andraus  
 Olmer Núñez

### Radio Universidad

Giselle Boza  
 Elbert Durán  
 Manuel Rojas  
 Manuel Emilio Morales

### Colaborador académico

Luis Emilio Jiménez

<b>Síntesis metodológica</b>	
Fecha de encuesta:	5 de febrero del 2006
Población de interés:	costarricenses de 18 años o más en viviendas con teléfono en todo el territorio nacional
Porcentaje de hogares con teléfono en el país:	64.5%
Tamaño de la muestra:	726 entrevistas en total, distribuidas en tres momentos del día: 326 en el turno de 9 a.m. a 11 p.m., 248 en el turno de 1 p.m. a 3 p.m. y 152 en el turno de 4 p.m. a 6 p.m.
Duración promedio de la entrevista	4 minutos
Tipo de muestreo de teléfonos:	estratificado por regiones del país y selección probabilística de teléfonos (Técnica de Waksberg)
Selección de personas:	cuota, controlada por región de residencia, sexo, edad y nivel educativo
Error de muestreo:	entre 4 y 6 puntos porcentuales para las principales variables de la encuesta
Con el apoyo de:	Rectoría, Universidad de Costa Rica

## Presentación

Entre otras actividades desarrolladas en la Universidad de Costa Rica con motivo de las elecciones del pasado 5 de febrero, ejecutamos una encuesta telefónica con el objetivo de monitorear el comportamiento de los electores durante el día de la votación. Aunque la meta inicial fue realizar una experiencia académica para recolectar material de análisis y discusión en el seno de la Universidad, lo sucedido con las encuestas políticas en el país pone de relieve que en esta materia hay mucho que discutir, aunque son más las cosas que deben aclararse. Por este motivo, con el afán de dar a conocer nuestra posición ante la opinión pública, nos dimos a la tarea de confeccionar a la mayor brevedad este primer documento que no agota la información recolectada y que es material de apoyo para reflexionar sobre tres aspectos de nuestro interés. El primero es discutir si, realmente, “fallan las encuestas” y las consecuencias de esta afirmación tan difundida durante los últimos días. El segundo es explicar, brevemente, por qué puede fallar un investigador que dirige encuestas. El tercero es presentar los resultados de la encuesta que realizamos el día de las elecciones para mostrar, contrario a lo sucedido con otras encuestas, su utilidad y capacidad de medición de los fenómenos políticos.

### ¿Fallan las encuestas? Una analogía

Imaginémonos por un momento que un cirujano utiliza un instrumento pequeño en forma de cuchillo llamado bisturí para realizar una incisión en el cuerpo de una persona que padece una enfermedad. Tiene que utilizar esa herramienta porque requiere explorar físicamente el avance del padecimiento. Lamentablemente, por falta de conocimiento, habilidad, experiencia, por cosas del destino o simplemente por error, la incisión realizada por el galeno con el bisturí perfora un órgano vital que ocasiona la muerte de la persona.

No es difícil, ahora, imaginarse el escándalo. La noticia no se hace esperar. Los medios de comunicación orquestan el suceso y, como es debido, primero que todo entrevistan al temeroso cirujano. Ante la pregunta directa del periodista “...entonces, cuéntenos, ¿qué fue lo que sucedió durante la operación?”, el cirujano respondió: falló el bisturí, pues no realizó la incisión como yo esperaba.

Desde ese instante empieza el desenfreno. El asombro y el disgusto se apodera de intelectuales y autoridades de diversos campos que cuestionan enfáticamente lo sucedido y piden la cabeza del culpable: el bisturí. Entre otras cosas cuestionan su reputación y la confianza que inspiraba. La difusión de la información es tal que en menos de un día la sociedad costarricense ya está enterada de lo sucedido. Los comentarios vienen y van en los hogares, en las reuniones, en los sitios de trabajo, en los campos de deporte y en los centros de enseñanza, entre otros lugares. Como al unísono de una canción todas las personas repiten lo mismo: ¡viste, falló el bisturí!, ¡te enteraste que el bisturí no sirve para nada!, ¡supiste cómo nos pueden engañar con el bisturí! No obstante, otro tipo de comentarios también surgió. Unos dicen que el bisturí recibió

bonificaciones de una transnacional por el suceso, otros dicen que la mafia ordenó la ejecución y también estaban quienes comentaban que el narcotráfico financió la cirugía. Argumentos relacionados con otros tipos de crimen organizado también andaban de boca en boca. El punto importante aquí es que el bisturí quedó desprestigiado y los castigos solicitados no se hicieron esperar.

Unas propuestas solicitaron al Tribunal Supremo supervisar todas las cirugías a realizar de ahora en adelante. Otras indicaban que la misma entidad debía realizar “auditorías” donde interviniera la presencia de un bisturí y que debían rendir informes previos sobre las técnicas de incisión que aplicaba el cuestionado instrumento. Fueron diversas las propuestas, aunque quizá, la más drástica fue la presentada por un connotado ciudadano, quien argumentó que debería prohibírsele al bisturí su función durante las cirugías. Su argumento era tajante: durante una cirugía el bisturí tiene el poder de poner y quitar los presidentes de un país cuando quisiera y eso no podía permitirse.

Las regulaciones que finalmente le impusieron al bisturí fueron diversas. Sin entrar a detallarlas, lo único que vale la pena decir es que estas normas no le impidieron al bisturí cometer el mismo error una vez más. Sin embargo, el bisturí quedó desprestigiado y se le calificó como un instrumento perverso. Como bien lo afirma el periodista de uno de los medios de comunicación de mayor sintonía en el país “aquí el único perdedor fue el bisturí”.

Entonces, surge la pregunta ¿y qué sucedió con el cirujano? La respuesta es nada, pues aquí el malo de la película fue el bisturí. El ahora convertido en un prestigioso cirujano sigue ejerciendo su profesión, ganándose sus colones y usando, incluso, el mismo bisturí, instrumento al que finalmente hay que tenerle cuidado, pues en cualquier momento puede volver a fallar.

Volvamos a la realidad: ¿falló el bisturí o falló el cirujano? ¿Acaso el campesino culpa al machete cuando perdió la cosecha? ¿acaso el carpintero culpa al martillo cuando la silla se quebró? ¿acaso el fotógrafo culpa a la cámara cuando la persona no quedó bien retratada? ¿acaso el mecánico culpa al destornillador cuando no pudo arreglar el carro? ¿acaso el barbero culpa la navaja cuando el corte de pelo no quedó bien? Más general: ¿quién culpa a un instrumento de trabajo por los errores que comete en su quehacer? El bisturí, el machete, el martillo, la cámara, el destornillador y la navaja son solo herramientas o instrumentos de trabajo, cuyo uso debido depende del conocimiento, habilidad y experiencia del usuario.

Bueno, lo mismo sucede con las encuestas, particularmente en el campo político, pues el bisturí es al cirujano lo que una encuesta es al investigador social. Las encuestas son instrumentos de trabajo complejos, utilizados generalmente por investigadores, cuya única responsabilidad de ejecución recae en las personas que las dirigen. Es muy cómodo decir que la encuesta falló, cuando en realidad quien falló fue el investigador que la ejecutó. Esto constituye un acto en el que la persona que investiga no asume la responsabilidad de lo sucedido y dice, a final de cuentas, que “falló el bisturí, pues no realizó la incisión como yo esperaba”. Veamos por qué puede suceder esto.

## **¿Por qué fallan los investigadores que usan encuestas?**

Es difícil en tan poco espacio describir el proceso que conlleva la realización de una encuesta y encontrar las fuentes de error probables. La literatura es abundante al respecto y, por ello, interesa hacer un comentario general, aunque evidentemente el enfoque es particular para las encuestas políticas.

Empecemos por mencionar que el término encuesta se utiliza, en palabras simples, para describir un método con el que se obtiene información de un número limitado de personas (muestra) con el objetivo de conocer algún aspecto de la población a la que pertenece esa muestra. Si se compara con una entrevista a toda la población (censo), la encuesta constituye un medio más rápido y económico para determinar la realidad acerca de ciertos fenómenos. De ahí su gran popularidad y difusión.

Es importante entender que las estadísticas derivadas de una encuesta rara vez corresponderán, exactamente, a la verdad que se desconoce. El conocimiento del valor verdadero no es el objetivo final de la encuesta, sino su aproximación. Afortunadamente, el valor de una estadística no depende de que sea la verdad exacta. Para ser útil, el dato estadístico no necesita ser exacto, pero debe ser suficientemente confiable para satisfacer determinadas necesidades. Y para cubrir estas necesidades, dentro de nuestro contexto, es importante comprender cómo se ejecuta una encuesta.

Una encuesta constituye una cadena de actividades que dependen unas de otras, es decir, es un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí. Veamos cuáles son estas actividades, qué comprende cada una de ellas y después destaquemos algunos aspectos de interés para la discusión. Las actividades pueden resumirse de la siguiente manera:

1. Planeamiento de la encuesta. Se establecen las metas de la encuesta y la creación de la estrategia general para obtener y analizar los datos. Generalmente, se elabora lo que se denomina el diseño de la investigación.
2. Determinación del tamaño de la muestra. Es el proceso de seleccionar un número determinado de personas que represente a la población total. Aquí debe decidirse el número de personas a entrevistar, lo que dependerá de un balance de la precisión deseada de la muestra, los usos que tendrá la información y los costos en que se incurran. Vale mencionar que no existe una regla simple para el tamaño de muestra que pueda aplicarse a todas las encuestas.
3. Diseño de la muestra. Consiste en procedimientos para seleccionar a las personas de la población y para convertir la información recolectada de la muestra en estimaciones relativas al total de la población.
4. Diseño y confección del cuestionario. Es el proceso de traducir los objetivos del estudio a preguntas específicas que logren obtener la información que se desea conocer. Este proceso implica numerosas pruebas previas del cuestionario y el esfuerzo se centra en el tipo de preguntas, secuencia y los medios para motivar a la persona entrevistada y mantener su interés.

5. Selección de entrevistadores y supervisores. Incluye el reclutamiento de las personas que realizarán las entrevistas. Generalmente, en este procedimiento se establecen ciertos requisitos previos para participar como tales.
6. Trabajo de campo, realización de entrevistas. Incluye las tareas relacionadas con el desarrollo de la encuesta o recolección de la información por medio de cuestionarios.
7. Proceso de crítica de cuestionarios. Se revisa manualmente cada uno de los cuestionarios completados por los entrevistadores y se corrigen las inconsistencias.
8. Digitación de cuestionarios. Es el proceso para convertir las respuestas registradas en el cuestionario a categorías que puedan ser contabilizadas o tabuladas en una computadora.
9. Revisión de inconsistencias. Es una etapa en la que se analizan mecánicamente las inconsistencias que presenta la información registrada en el computador. Generalmente, esta etapa está acompañada de un proceso de verificación, en el que se vuelve a digitar la información recolectada, o una parte de ella, para corregir errores de digitación.
10. Proceso de tabulación de datos. Constituye una etapa en la que se contabilizan las respuestas obtenidas. Es la etapa en la que se obtienen los resultados generales de la encuesta.
11. Proceso de análisis de resultados. Se refiere al proceso de aplicar técnicas estadísticas específicas para resumir la información obtenida. En esta etapa pueden obtenerse desde frecuencias simples y tablas cruzadas, hasta índices complejos o aplicación de técnicas de análisis multivariable.
12. Redacción del informe de resultados. Esta constituye la etapa final de la encuesta y consiste en la presentación de los resultados en forma de cuadros, gráficos, mapas o diagramas y una interpretación de los mismos.

Aunque el diseño de una encuesta puede estar bien concebido, el trabajo sería inútil si alguna de las etapas de la encuesta no lo está. Si una de las etapas de la encuesta está mal ejecutada, ésta definitivamente afectará a las demás y la calidad de la encuesta se deteriorará o, en otras palabras, los resultados serán imprecisos. Por ejemplo, un cuestionario cuidadosamente diseñado y probado no compensa una capacitación deficiente que a los entrevistadores a cometer errores durante la entrevista; una muestra bien diseñada servirá de poco si el proceso de digitación de la información está sujeto a errores; un trabajo de entrevistas exitoso no puede estar acompañado de un cuestionario deficiente; el mejor grupo de entrevistadores sirve de poco si la interpretación de los resultados de la encuesta es inapropiada o sesgada.

Generalmente, ante la amplia difusión de las encuestas, se pasa por alto el hecho de que éstas abarcan muchos problemas técnicos complejos y que si “a la encuesta entra basura, también sale basura”.

Conducir una encuesta que amerite credibilidad comprende un conjunto de actividades, cada una de las cuales debe planearse y controlarse cuidadosamente. Tomar rutas cortas o equivocadas puede invalidar los resultados y desorientar a los interesados que desean conocer los resultados. Por ello, mencionamos a continuación diez errores frecuentes que pueden cometer quienes realizan este tipo de estudios:

1. Selección de un tamaño de muestra insuficiente para conocer diferencias de interés. Por ejemplo, los porcentajes que diferencian a los candidatos.

2. Procedimientos de selección de la muestra mal ejecutados, por deficiencias en la capacitación, por errores de los entrevistadores o por errores de procedimiento. Esto origina lo que se denomina sesgos de selección, es decir, cuando alguna parte de la población objetivo no está en la población muestreada. Por ejemplo, no se incluyen habitantes de las zonas rurales dispersas o se escogen personas que, predominantemente, tienen ciertas características.
3. Errores en el cuestionario. Estos pueden ser de diversa índole y generalmente se previenen los relacionados con el orden de las preguntas, redacción de las preguntas, ubicación de preguntas delicadas, longitud del instrumento, tamaño de letra, etc. Estos generan los denominados sesgos de medición, los que ocurren cuando las preguntas del cuestionario con el que se mide un fenómeno tienen una tendencia a diferir del valor que se busca en alguna dirección. Este sesgo de medición se complementa con el siguiente punto.
4. Deficiencias durante la realización de las entrevistas. Si los entrevistadores no fueron capacitados debidamente pueden desconocer diversos aspectos que influyen los resultados de la entrevista. Por ejemplo, pueden cometer errores por realizar entrevistas en horas o lugares inapropiados, o en presencia de terceras personas. No obstante, también puede influir la capacidad del entrevistador para realizar la entrevista, la motivación que inspira o la seguridad transmite a la persona entrevistada. Lo mismo sucede con la persona entrevistada, ya que su capacidad para responder y disposición para contestar puede afectar la entrevista. El contenido del estudio, por su sensibilidad política, dificultad, interés o ansiedad que despierte también puede afectar.
5. Falta de revisión y verificación de cuestionarios. Dada la inversión que requiere una encuesta es probable que este problema sea frecuente.
6. Problemas en la digitación de cuestionarios por programas de entrada de datos defectuosos o digitadores mal capacitados.
7. Inconsistencias en los cuestionarios no detectadas, lo que sesga los resultados del estudio.
8. Análisis erróneo de la información por errores de programación.
9. Información insuficiente para estudiar los diversos fenómenos o interpretaciones inadecuadas de los datos obtenidos.
10. Falta de informes técnicos escritos (de resultados) que las personas interesadas puedan revisar.

Un investigador responsable en el campo de las encuestas explorará todas las posibilidades que puedan atentar contra la calidad de la información que desea suministrar. Se considera que en las encuestas políticas recientes la influencia de algunos de los factores mencionados anteriormente pudieron afectar los resultados. Además, se considera que debe dársele particular importancia a los procedimientos de selección de muestras mal ejecutados, la valoración del impacto del cuestionario por la sensibilidad política en las circunstancias actuales, la información insuficiente para estudiar la intención del voto -lo que conlleva a interpretaciones inadecuadas de los datos obtenidos- y la falta de informes técnicos de resultados escritos que los investigadores interesados en la materia puedan revisar.

Veamos, por ejemplo, cómo la información insuficiente para estudiar la intención del voto puede llevar a malas interpretaciones. Generalmente, la información que se publica de las encuestas políticas es la que se presenta en la columna (d) del siguiente cuadro. No obstante, esta

información tiene la desventaja de que quien la publica asume un supuesto. Ese supuesto, casi siempre, no se enuncia explícitamente en la encuesta y, por lo general, se asume que las personas indecisas (columna c) van a comportarse como las personas que ya decidieron su voto. Si las personas interesadas en los resultados de la encuesta ignoran este detalle, simplemente no lo tomarán en cuenta y dirán que ya hay un ganador. No obstante, estos números revelan que las personas indecisas son numerosas (columna c) y que para decidir cómo van a votar hay que estudiar diferentes posibilidades o escenarios, que dependerán de muy diversos factores. Resulta que una interpretación cuidadosa revela que si los indecisos no votan por el primer lugar, entonces las posibilidades de una segunda ronda son reales (columna c), lo que cambia radicalmente el panorama que ofrece la columna d. Aún más, es importante mostrar la columna b, pues ésta indica la distribución porcentual de toda la muestra, incluyendo a quienes respondieron que no irán a votar y los votos blancos o nulos. Esto permitiría, en encuestas sucesivas, estudiar las variaciones de todos los porcentajes para detectar comportamientos electorales de la población en estudio o estudiar fluctuaciones inexplicables de la muestra que podrían hacer variar los resultados obtenidos por motivos de una mala conducción de la encuesta.

<b>Intención de voto para presidente si las elecciones fueran hoy (distribuciones porcentuales)</b>			
<b>Candidatos</b>	<b>Todos los votantes</b>	<b>Todos los votantes menos electores improductivos incluyendo indecisos(1)</b>	<b>Votantes decididos bajo el supuesto de.....</b>
<b>(a)</b>	<b>(b)</b>	<b>(c)</b>	<b>(d)</b>
<b>Número de entrevistas</b>	608	513	410
<b>Total</b>	100	100	
Candidato 1	30.4	36.1	44.2
Candidato 2	16.8	19.9	24.4
Candidato 3	8.0	9.5	11.6
.	3.7	4.4	5.4
.	3.7	4.3	5.3
.	2.9	3.5	4.3
.	3.3	3.9	4.8
No sabe por quien votar	15.5	18.4	
Voto blanco/nulo	4.4	--	
No irá a votar	11.3	--	

1) Improductivos=Votos blancos, nulos y quienes afirmaron que no irán a votar.

Dentro de esta concepción para presentar los resultados de una encuesta electoral también juegan un papel importante los medios de comunicación. Aceptar un dato sin cuestionarlo de una manera razonable hace que la oportunidad de la información valga más que la calidad del dato que transmiten.

En los consumidores de la información -la sociedad en general- si bien es cierto deben entender que una encuesta es similar a una fotografía de la realidad en un momento dado, más que eso deben comprender que detrás de toda encuesta hay una persona responsable y que, como el bisturí, la encuesta no es la responsable de fotografiar una realidad distinta a la que se está viviendo.



Por ahora, dejemos los argumentos anteriores y concentrémonos en mostrar cómo una encuesta controlada, con una muestra relativamente pequeña, puede brindar información valiosa para conocer los fenómenos en el campo electoral.

### Resultados de la encuesta del día de las elecciones

Para empezar, es necesario explicar que fueron establecidos tres turnos de entrevistas durante el día de las elecciones. En el primero, de 9 a.m. a 11 a.m., fueron realizadas 326 entrevistas y únicamente el 22.4% de las personas entrevistadas ya había emitido su voto al momento de la entrevista (Cuadro 1). Como es de esperar, esta magnitud se incrementó en los turnos siguientes: de 1 p.m. a 3 p.m. (247 entrevistas), el porcentaje fue de 66.4% y de 4 p.m. a 6 p.m. (152 entrevistas) fue de 76.3%. Esto produjo un total de 354 electores que ya habían emitido su voto al momento de la entrevista y con los cuales podían realizarse estimaciones diversas.

**Cuadro 1**  
**Distribución porcentual de la asistencia a las urnas electorales según turno de la entrevista**

¿Ya fue a votar?	Turno de entrevista		
	9 am - 11 am	1 pm - 3 pm	4 pm – 6 pm
<b>Número de entrevistas</b>	326	247	152
<b>Total</b>	100	100	100
Sí	22.4	66.4	76.3
No	68.1	28.3	11.2
No responde	9.5	5.3	12.5

Fuente: Universidad de Costa Rica, Escuela de Estadística. Monitoreo del Día de las Elecciones Febrero 2006.

De acuerdo con la información recolectada y después de realizar diversas preguntas sobre el comportamiento electoral, se le preguntó a los electores por quién voto. La información, que se presenta en el Cuadro 2, muestra diversos aspectos de interés.

El primer resultado que debe comentarse es que, entre las personas que ya habían emitido su voto, Oscar Arias tenía el 39.6% de los electores y Ottón Solís el 37.9%. Además, el 8.8% votó por otros candidatos y 13.9% no quiso responder la pregunta.

Este resultado requiere varias aclaraciones. En primer lugar, y quizá lo más importante, la única conclusión evidente que muestran estas cifras es que la elección para presidente estaba prácticamente empatada. Esto se afirma porque el tamaño de la muestra (354 entrevistas) hace que el error de muestreo sea de aproximadamente más-menos 5 puntos porcentuales con una confianza del 95% y la diferencia entre los primeros dos candidatos cae en ese margen de error.

En segundo lugar, la muestra no es lo suficientemente grande para decidir sobre una segunda ronda electoral. Por el mismo error de muestreo, las estimaciones indican que al estar los

porcentajes tan cerca de 40%, cualquiera de las dos opciones eran probables, es decir, podía darse o no darse esa segunda ronda electoral.

En tercer lugar, el error de muestreo impide decidir cuál de los dos candidatos está en el primer lugar y lo único que puede deducirse, como ya se afirmó, es que la diferencia entre uno y otro es muy estrecha.

**Cuadro 2**  
**Distribución porcentual del voto para presidente en electores que ya habían asistido a las urnas electorales**

Candidato	Porcentajes con respecto a los que ya fueron a votar (a)	Porcentajes asumiendo que quienes no respondieron lo hicieron como los decididos (b)
<b>Número de entrevistas</b>	354	354
<b>Total</b>	100	100
Oscar Arias-PLN	39.8	46.1
Ottón Solís-PAC	37.9	43.8
Otros	8.8	10.1
No responde	13.6	---
<b>Diferencia entre Arias y Solís</b>	1.9	2.3

Fuente: Universidad de Costa Rica, Escuela de Estadística. Monitoreo del Día de las Elecciones Febrero 2006.

Una cuarta aclaración es que del total de personas que ya habían emitido su voto, el 13.6% no respondió la pregunta respectiva. Aunque podrían establecerse varias hipótesis para asignar este porcentaje a los dos candidatos mayoritarios, el punto importante aquí es que, probablemente, algunos votaron por ellos, pero otros no lo hicieron, con lo que las posibilidades de una segunda ronda se reducen. Sobre este mismo grupo que no quiso responder la pregunta también debe aclararse que, generalmente, la tradición sugiere asignar estas personas a los diferentes candidatos asumiendo que votaron como lo hicieron los decididos. Este cálculo, que aparece en la columna b del Cuadro 2, muestra que los porcentajes para Arias y Solís se elevan a 46.1% y 43.8%, respectivamente. No obstante, aún tomando en cuenta el margen de error de la estimación, ambas cifras empiezan a alejarse de la realidad, aunque incrementan las posibilidades de que no se produzca una segunda ronda, y siguen indicando una situación en la que no puede decidirse quién sería el ganador.

Otra información suministrada por las personas entrevistadas fue la relacionada con el quiebre del voto. Para ello se preguntó por quién había votado para diputados (Cuadro 3). Los resultados indican que el 33% de los electores votó por diputados del PLN y el 24.5% por los del PAC. Esto significa que el quiebre del voto, es decir, la diferencia entre el porcentaje que votó para presidente y para diputados por el mismo partido, fue de 6.9 puntos para el PLN y de 13.6 puntos para el PAC. En otras palabras, el PAC, más que el PLN, fue más afectado por el quiebre del voto de sus electores.

**Cuadro 3**  
**Quiebre del voto en electores que al momento de la encuesta ya habían emitido su voto el día de las elecciones**

<b>Voto para presidente y diputado</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Número de entrevistas</b>	353
<b>Total</b>	100
<b>Voto para presidente</b>	
Oscar Arias-PLN	39.8
Ottón Solís-PAC	38.0
Otros	8.6
No responde	13.5
<b>Voto para diputados</b>	
P Liberación Nacional	33.0
P Acción Ciudadana	24.5
Voto blanco-nulo	2.4
Otros	23.4
No responde	16.8
<b>Quiebre de voto para PLN</b>	6.9
<b>Quiebre de voto para PAC</b>	13.6

Fuente: Universidad de Costa Rica, Escuela de Estadística.  
 Monitoreo del Día de las Elecciones, Febrero 2006.

Un aspecto de interés dentro del comportamiento de los electores que votó por los dos candidatos mayoritarios es que la votación no fue uniforme durante el día de las elecciones. Esto se afirma porque en la muestra seleccionada de 9 a.m. a 11 a.m. el porcentaje que votó por Oscar Arias (35.1%) fue menor que el de Ottón Solís (41.9%), por lo que durante la mañana del 5 de febrero el candidato Solís aventajaba a Arias por casi 7 puntos porcentuales. No obstante, durante la tarde la situación cambió. En el turno de 1 p.m. a 3 p.m. el candidato del PLN aventajó al del PAC por 4.8 puntos porcentuales y en el último turno (4 p.m. a 6 p.m.) la diferencia era mínima. En síntesis, los partidarios de Ottón Solís emitieron su voto más temprano que los de Oscar Arias.

**Cuadro 4**  
**Distribución porcentual del voto para presidente en electores que ya habían asistido a las urnas según turno de entrevista**

<b>Candidato</b>	<b>Turno de entrevista</b>			<b>Total</b>
	<b>9 am - 11 am</b>	<b>1 pm - 3 pm</b>	<b>4 pm - 6 pm</b>	
<b>Número de entrevistas</b>	74	166	116	356
<b>Total</b>	100	100	100	100
Oscar Arias-PLN	35.1	40.4	40.5	39.8
Ottón Solís-PAC	41.9	35.5	38.8	37.9
Otros	8.1	12.0	6.0	8.8
No responde	14.9	12.0	14.7	13.6
<b>Diferencia entre Arias y Solís</b>	-6.8	4.8	1.7	1.9

Fuente: Universidad de Costa Rica, Escuela de Estadística. Monitoreo del Día de las Elecciones Febrero 2006.

El ambiente electoral que se vivió el pasado 5 de febrero también muestra aspectos de interés (Cuadro 5). Uno de ellos es que, como es de esperar, entre las personas que ya habían emitido su voto por alguno de los candidatos mayoritarios, el porcentaje que manifestó haber salido de su casa ese día para observar el ambiente electoral se incrementó con el transcurrir del día. Esto fue aún más acentuado en los partidarios de Arias, después de las 4 de la tarde. Igual sucedió con el porcentaje que se había informado por algún medio de comunicación sobre las elecciones nacionales.

La encuesta corrobora, por otra parte, que durante el día el entusiasmo típico de elecciones anteriores no se presentó. La percepción de un ambiente de entusiasmo hasta el momento de la entrevista fue bajo, aunque se incrementó levemente durante el transcurso del día. De acuerdo con la información recopilada, aunque el ambiente de entusiasmo no fue percibido en magnitudes importantes por los seguidores de ambos candidatos, fueron los votantes de Arias quienes más lo hicieron de esa forma.

**Cuadro 5**  
**Aspectos relacionados con el ambiente electoral según hora de la entrevista en electores que ya habían emitido su voto**

Aspectos	Voto para presidente		
	Oscar Arias-PLN	Ottón Solís-PAC	Total
<b>Porcentaje que ha salido de la casa hoy domingo para observar el ambiente electoral</b>			
9 am - 11 am	31.2	29.4	30.4
1 pm - 3 pm	71.4	69.6	70.6
4 pm - 6 pm	81.3	68.1	75.0
<b>Porcentaje que se ha informado por algún medio de comunicación</b>			
9 am - 11 am	57.3	65.3	60.9
1 pm - 3 pm	63.8	74.1	68.4
4 pm - 6 pm	74.5	68.9	71.9
<b>Porcentaje que afirma que las elecciones se están desarrollando en ambiente de entusiasmo hasta este momento</b>			
9 am - 11 am	29.7	16.4	23.8
1 pm - 3 pm	42.4	23.6	34.1
4 pm - 6 pm	39.8	23.8	32.2
<b>Porcentaje que afirma que tiene claro quién será el presidente</b>			
9 am - 11 am	58.4	22.0	42.2
1 pm - 3 pm	59.4	20.8	42.3
4 pm - 6 pm	60.1	22.5	42.1

Nota: el número de entrevistas para realizar las estimaciones en cada turno fue de 189 en el primero, 165 en el segundo y 99 en el tercero (total de 453 entrevistas)

Fuente: Universidad de Costa Rica, Escuela de Estadística. Monitoreo del Día de las Elecciones Febrero 2006.

Dentro del ambiente de entusiasmo o de indiferencia que caracterizó las pasadas elecciones, los seguidores de Oscar Arias, más que los de Ottón Solís, afirmaron con mayor intensidad que al momento de la entrevista ya tenían claro quién sería el Presidente del país. Para Arias este

porcentaje alcanzó el 60% y para Solís fue de 21% (en promedio) y fue una posición que se mantuvo constante durante todo el día de las elecciones. Esto implica que entre los votantes que favorecieron a Oscar Arias la esperanza por que ocupara la presidencia era tres veces mayor a la que expresaron quienes favorecieron a Ottón Solís.

Otros aspectos relacionados con el voto emitido a favor de los candidatos mayoritarios son mostrados en el Cuadro 6.

El transporte utilizado para ir a votar indica que, generalmente, los seguidores de ambos candidatos fueron caminando al centro de votación (50.7% en total). El transporte brindado por cada partido político fue utilizado por el 16.1% de quienes votaron por Arias y por el 2.5% de quienes lo hicieron por Ottón Solís. Por el contrario, fueron más los que usaron el transporte personal en las filas de Ottón Solís (36.3%) que en las de Oscar Arias (26.6%). Este resultado pone en evidencia que la cantidad de centros de votación existentes en el país hizo que los votantes optaran, principalmente, por caminar para poder emitir su voto (50.7%). En segundo lugar, utilizaron el transporte personal (31%) y en tercer lugar el que brindaron los partidos (10%). Quienes lo hicieron utilizando el transporte público fue una cantidad relativamente menor (5.8%). En resumen, 9 de cada 10 electores optaron por sus propios medios para ir a emitir su voto. Este dato es importante para reflexionar a la luz de la discusión sobre la justificación de la deuda política.

El momento por el que se decidió a votar por el candidato de preferencia señala, por una parte, que el 71.5% de quienes votaron por Oscar Arias había tomado la decisión hace seis meses o más y el 21.2% lo hizo en un tiempo menor. Por otra parte, en el caso de Ottón Solís, el 51.5% tomó la decisión hace seis meses o más y el 47.1% lo hizo en un tiempo menor.

Las diferencias entre ambos candidatos señalan que en un período menor a seis meses fueron más los votantes que se decidieron por Ottón Solís que por Oscar Arias. Esto se corrobora al saber que durante la semana previa a la elección el 24% tomó la decisión de votar por Ottón Solís, mientras que solamente el 10% lo hizo por Oscar Arias.

Para averiguar la razón de votar por uno u otro candidato se hizo una pregunta abierta con formato de respuesta cerrada<sup>1</sup>. Los resultados obtenidos indican que, en el caso de Oscar Arias, prevalece la tradición (32.9%) y “es la mejor opción” (46.2%). En el de Ottón Solís, una magnitud importante también señaló “es la mejor opción” (47.8%) y “es el menos malo-no hay más opciones” (16.7%). Debe reconocerse que la magnitud de “otras respuestas” es importante para el caso de Ottón Solís (30%), por lo que existieron otros motivos que no pudieron ser justificados.

Lo que más influyó para votar por el candidato respectivo también se indagó mediante una pregunta abierta con formato de respuesta cerrada. En el caso de Oscar Arias fueron los antecedentes (39.4%) y la tradición (29.7%) lo que más influyó. En el caso de Ottón Solís fue la propaganda política (17.6%), los antecedentes (15.7%) y la posición frente al TLC (13.2%). Aquí, nuevamente, la magnitud de otras respuestas brindadas por los votantes de Ottón Solís

---

<sup>1</sup> En una pregunta abierta con formato de respuesta cerrada la persona que realiza la entrevista hace la pregunta y después de escuchar la respuesta marca en el cuestionario una de las posibilidades previamente establecidas.

(38.2%) indica que existen otros factores que influyeron en la decisión de votar por ese candidato y que no fueron detectados por la encuesta. Esta pregunta y la anterior deben interpretarse cuidadosamente, tomando en cuenta las deficiencias señaladas en torno a los altos porcentajes de otras respuestas, principalmente en el caso de Ottón Solís.

**Cuadro 6**  
**Aspectos relacionados con el voto emitido a favor de los dos candidatos mayoritarios**  
**(distribuciones porcentuales)**

<b>Preguntas</b>	<b>Oscar Arias-PLN</b>	<b>Ottón Solís-PAC</b>	<b>Total</b>
<b>Número de entrevistas</b>	204	249	503
<b>Total</b>	100	100	100
<b>¿Qué medio de transporte utilizó para ir a votar?</b>			
Caminando	48.8	52.9	50.7
Transporte del partido	16.1	2.5	10.0
Transporte personal	26.6	36.3	31.0
Transporte público	5.6	5.9	5.8
Otro	1.6	2.0	1.8
No responde	1.2	0.5	0.9
<b>¿Hace cuánto tiempo decidió votar por ese candidato?</b>			
Hoy mismo	4.0	5.4	4.6
Hace menos de 1 semana	6.0	18.6	11.7
Hace menos de 1 mes	2.4	11.3	6.4
Hace menos de 6 meses	8.8	11.8	10.2
Hace 6 meses o más	71.5	51.5	62.5
No recuerda	7.2	1.5	4.6
<b>¿Por qué votó por ese candidato?</b>			
Piensa como yo	1.2	3.4	2.2
Siempre voto por ese partido-tradición	32.9	1.0	18.6
Es el menos malo-no hay más opciones	2.4	16.7	8.8
Es la mejor opción	46.2	47.8	46.9
Otras respuestas	16.9	30.0	22.8
No responde	0.4	1.0	0.7
<b>¿Qué influyó más para votar por ese candidato?</b>			
Familia-amigos-as	8.4	8.3	8.4
Medios comunicación	2.8	5.4	4.0
Encuestas	1.2	0.5	0.9
Propaganda política	4.8	17.6	10.6
Tradición	29.7	0.5	16.6
Posición frente al TLC	1.6	13.2	6.8
Antecedentes	39.4	15.7	28.7
Otras respuestas	9.6	38.2	22.5
No sabe o no responde	2.4	0.5	1.5

Fuente: Universidad de Costa Rica, Escuela de Estadística. Monitoreo del Día de las Elecciones Febrero 2006.