

El poder de las encuestas electorales: ¿instrumento de predicción o simple opinión pública?*

Alfredo Ramírez Peguero**

https://doi.org/10.35242/RDE_2026_42_7

Nota del Consejo Editorial



Recepción: 17 de marzo de 2026.

Revisión, corrección y aprobación: 30 de junio de 2026.

Resumen: Aborda el fenómeno de las encuestas electorales desde una perspectiva analítica y reflexiva, tomando como referencia la evolución de su utilización en esos procesos. A partir de un enfoque de carácter descriptivo y doctrinal, se examinan sus funciones, alcances e implicaciones dentro del debate político, así como los cuestionamientos que han surgido en torno a su capacidad para predecir resultados. Asimismo, se analizan los desafíos que plantea su regulación dentro de los sistemas electorales, particularmente en el contexto latinoamericano.

Palabras clave: Encuestas electorales / Encuestas de opinión / Opinión pública / Regulación / Proceso electoral / Derecho electoral comparado.

Abstract: The article addresses the phenomenon of electoral polls from an analytical and reflective perspective, taking as a reference the evolution of their use in these processes. From a descriptive and doctrinal approach, its functions, scope, and implications within the political debate are examined, as well as the questions that have emerged regarding its ability to predict outcomes. Likewise, the challenges posed by its regulation within electoral systems are analyzed, particularly in the Latin American context.

Key Words: Electoral Polls / Opinion Polls / Public Opinion / Regulation / Electoral Process / Comparative Electoral Law.

* El presente trabajo forma parte de una serie de estudios dedicados al análisis de las encuestas electorales en las democracias contemporáneas. En esta primera entrega se examina el marco conceptual y la regulación de las encuestas en la República Dominicana, así como su reconocimiento dentro del sistema de partidos y en la jurisprudencia constitucional. En futuras entregas se abordará el tratamiento jurídico y político de las encuestas electorales en distintos países de América Latina con el propósito de ofrecer una visión comparada de este fenómeno en la región.

** Dominicano, abogado, correo: alfredo16ramiresp@hotmail.com. Presidente del Instituto Dominicano de Derecho Electoral y académico de la Escuela Nacional del Abogado. Cuenta con una maestría en Derecho Electoral y otra en Ciencias de la Educación en la Universidad Autónoma de Santo Domingo y la Universidad Abierta para Adultos, respectivamente. Posee un postgrado en Educación Cívica por la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra y una especialidad en Habilitación Docente por la Universidad Federico Henríquez y Carvajal. Se ha destacado como académico, articulista, conferencista internacional, expositor y ensayista.

1. INTRODUCCIÓN

Con la consolidación de los sistemas democráticos en América Latina y la creciente participación de agrupaciones políticas, los procesos electorales han adquirido una mayor relevancia en la vida institucional de los Estados. En este contexto, las encuestas electorales han surgido como uno de los instrumentos más utilizados para medir y analizar las tendencias de la opinión pública, particularmente durante los periodos electorales.

En efecto, resulta difícil encontrar una organización política cuyos intereses en la competencia por el poder prescindan del uso de este tipo de herramientas. Las encuestas se han convertido en un mecanismo de medición y orientación estratégica, ya que permiten a los actores políticos conocer percepciones, evaluar niveles de apoyo ciudadano y ajustar sus discursos y propuestas en función del clima de opinión predominante.

De este modo, las encuestas electorales no solo cumplen una función informativa, sino que también influyen en la dinámica del debate público y en la forma en que los ciudadanos perciben las posibilidades reales de los distintos candidatos o fuerzas políticas. Esta realidad plantea un debate relevante en las democracias contemporáneas: ¿constituyen las encuestas una herramienta confiable de predicción electoral o representan únicamente una expresión momentánea de la opinión pública?

Cabe destacar que la relevancia de las encuestas no se limita únicamente a su capacidad para describir o interpretar el estado de la opinión pública. En muchos casos, estas herramientas poseen también la facultad de influir en la dinámica del comportamiento electoral, ya que la difusión de sus resultados puede modificar la percepción que los ciudadanos tienen sobre las posibilidades reales de determinados candidatos o fuerzas políticas. En este sentido, el carácter predictivo que se atribuye a las encuestas puede incidir en la formación de expectativas colectivas e incluso alterar las actitudes de los actores políticos y sociales que participan en estos procesos.

Esta doble dimensión -informativa e influyente- ha generado un debate permanente en las democracias contemporáneas acerca del verdadero alcance de las encuestas electorales. Mientras algunos las consideran instrumentos técnicos capaces de anticipar tendencias electorales con cierto grado de precisión; otros sostienen que se trata simplemente de fotografías momentáneas de la opinión pública, condicionadas por variables

metodológicas, contextuales y sociales que pueden alterar significativamente sus resultados.

2. ENFOQUE METODOLÓGICO DEL ARTÍCULO

El presente ensayo aborda el fenómeno de las encuestas electorales desde una perspectiva analítica y reflexiva, tomando como referencia la evolución de su utilización en estos procesos. A partir de un enfoque de carácter descriptivo y doctrinal, se examinan sus funciones, alcance e implicaciones dentro del debate político, así como los cuestionamientos que han surgido en torno a su capacidad para predecir resultados. Asimismo, se analizan los desafíos que plantea su regulación dentro de los sistemas electorales, particularmente en el contexto latinoamericano.

3. TRANSICIÓN HACIA EL DESARROLLO DEL ARTÍCULO

A partir de estas consideraciones iniciales, resulta pertinente examinar con mayor detenimiento la naturaleza, funciones y efectos de las encuestas en los procesos electorales, así como el papel que estas desempeñan en la formación de la opinión general y en la dinámica de la competencia pública. Este análisis permitirá comprender hasta qué punto las encuestas constituyen verdaderos instrumentos de predicción electoral o si, por el contrario, deben ser entendidas únicamente como expresiones momentáneas del estado de la opinión colectiva.

4. LA ENCUESTA ELECTORAL: CONCEPTO Y NATURALEZA

4.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES

Para comprender el significado y la evolución de las encuestas electorales como instrumento de medición de la opinión pública, resulta necesario examinar brevemente sus antecedentes históricos y los principales hitos que marcaron su desarrollo.

Las encuestas electorales tienen sus antecedentes en el siglo XIX, cuando comenzaron a realizarse los primeros intentos por medir la opinión pública en contextos políticos. Uno de los ejemplos más tempranos fueron los llamados *straw polls* o encuestas informales, que surgieron en los Estados Unidos

durante la década de 1820. Estos sondeos rudimentarios consistían en consultar a grupos de personas sobre sus preferencias electorales; sin embargo, carecían de rigor científico y de una metodología sistemática que garantizara la representatividad de los resultados.

Un momento decisivo en la historia de las encuestas ocurrió en 1936, durante las elecciones presidenciales estadounidenses, cuando la revista *The Literary Digest*¹ realizó una encuesta nacional para predecir el ganador de los comicios. Aunque el estudio incluyó millones de cuestionarios enviados a los votantes, el resultado fue erróneo al pronosticar la victoria de Alf Landon² sobre Franklin D. Roosevelt³. Este error se debió, principalmente, a un sesgo en la muestra, ya que la encuesta se dirigió a personas con acceso a teléfonos y automóviles lo que excluyó a amplios sectores de la población.

A partir de este episodio el desarrollo metodológico de las encuestas experimentó avances significativos. Investigadores como George Gallup⁴ introdujeron métodos estadísticos más rigurosos, particularmente el uso del muestreo probabilístico, lo que permitió mejorar la precisión de los sondeos de opinión. En 1948, Gallup logró consolidar el prestigio de las encuestas al predecir correctamente la victoria de Harry S. Truman⁵, lo que fortaleció su legitimidad como instrumento para medir la intención de voto.

Durante la segunda mitad del siglo XX, las encuestas electorales se expandieron progresivamente a nivel mundial impulsadas por el desarrollo de nuevas tecnologías y técnicas de procesamiento de datos. En este periodo se incorporaron modalidades como las entrevistas telefónicas y el uso de sistemas informáticos para el análisis estadístico de la información recopilada. En las últimas décadas, la digitalización y el auge de las redes sociales han

¹ Revista norteamericana de noticias, cultura y de opinión, publicada entre 1890 y 1938. Fue de importancia porque se publicaban resúmenes de pensamiento político, social y científico para la época. Su decaída ocurre por el error cometido en la encuesta electoral de 1936.

² Empresario petrolero y político norteamericano, recordado por su participación como candidato presidencial del partido republicano y derrotado por Franklin D. Roosevelt en las elecciones de 1936.

³ 32.º presidente de los Estados Unidos y cuatro veces elegido a la presidencia norteamericana. Condujo el país durante la gran depresión y la Segunda Guerra Mundial.

⁴ Principal promotor en la investigación de opinión pública; fue el creador de la Gallup Poll.

⁵ 33.º presidente de los EE. UU. Asumió la magistratura norteamericana tras la muerte de Franklin D. Roosevelt. Dirigió el país en los años finales de la Segunda Guerra Mundial y comienzo de la Guerra Fría.

transformado significativamente el campo de la investigación de opinión pública.

Las encuestas en línea, el análisis de grandes volúmenes de datos y las herramientas de procesamiento en tiempo real han ampliado las posibilidades para estudiar el comportamiento electoral. No obstante, estos avances también han planteado nuevos desafíos metodológicos relacionados con la representatividad de las muestras y la confiabilidad de la información obtenida.

En consecuencia, aunque las encuestas electorales se han convertido en instrumentos fundamentales para el análisis político contemporáneo. Su evolución histórica ha estado marcada por continuos desafíos metodológicos. Este proceso de adaptación y perfeccionamiento continúa en el siglo XXI, en un contexto caracterizado por cambios tecnológicos y transformaciones en la dinámica de la opinión pública.

4.2 DEFINICIÓN Y PROPÓSITO DE LAS ENCUESTAS

Las encuestas constituyen una técnica de investigación social utilizada para la recolección sistemática de información a partir de la formulación de un conjunto estructurado de preguntas previamente diseñadas (Babbie, 2016). Dichas preguntas son aplicables a una muestra representativa de individuos seleccionados con el propósito de conocer sus opiniones, percepciones o valoraciones respecto de determinados temas o problemáticas que afecten a una colectividad (Fowler, 2014).

En este sentido, la encuesta se fundamenta en un proceso metodológico previamente planificado en el cual el equipo de investigación define los objetivos del estudio, diseña el cuestionario y establece los criterios de selección de la muestra (Fowler, 2014). Este procedimiento permite obtener información empírica susceptible de análisis que contribuye a la comprensión de tendencias y comportamientos dentro de un determinado contexto social (Groves, 2009).

Las encuestas electorales son herramientas fundamentales en el ámbito político ya que permiten medir las preferencias, actitudes y opiniones de los votantes en un momento determinado (Price, 1992). Estas se basan en la recopilación de datos a través de muestras representativas de la población, que posteriormente son analizados con el fin de proyectar ciertas tendencias

o posibles resultados electorales (Groves, 2009). Estas herramientas, a su vez, combinan elementos estadísticos de la sociología y las ciencias políticas (Babbie, 2016), las cuales son esenciales para entender el comportamiento electoral.

En términos generales y de acuerdo con diversos estudios sociales, las encuestas pueden ser entendidas como un conjunto de técnicas y procedimientos que, mediante la aplicación de cuestionarios estructurados, permiten recopilar datos y opiniones de un grupo representativo de personas, cuyos resultados pueden extrapolarse con determinados niveles de confiabilidad y del universo poblacional del cual provienen (Lazarte, 2007).

Como su nombre lo indica, las encuestas electorales son aquellas que se realizan durante los periodos electorales, incluyendo las que se efectúan el mismo día de las elecciones, a estas las llamamos encuestas a boca de urnas, realizadas en el mismo momento en que el elector acaba de ejercer el sufragio (Lazarte, 2007). Pero ¿pueden las encuestas electorales incidir en la población votante?

No obstante, en el marco del presente estudio, el análisis se centrará exclusivamente en las encuestas electorales, entendidas como aquellas investigaciones de opinión pública orientadas a medir las preferencias políticas de los ciudadanos durante un proceso electoral. Estas encuestas buscan identificar tendencias de voto, niveles de apoyo a candidaturas o partidos políticos y percepciones del electorado sobre distintos aspectos de la competencia política.

En cuanto a su naturaleza, el propósito principal de una encuesta electoral es el de proporcionar un panorama sobre la intención de voto, pero su utilidad va mucho más allá de lo indicado. Estas encuestas sirven como un termómetro social, ya que ayudan a identificar temas prioritarios para los ciudadanos; es decir, evaluar el desempeño de las candidaturas o partidos y, a la vez, anticipar posibles escenarios electorales. Además, funcionan como un medio o vía de comunicación entre los votantes y los actores políticos al revelar las preocupaciones y expectativas del electorado.

4.3 NATURALEZA CIENTÍFICA DEL SONDEO ELECTORAL

El sondeo electoral constituye una disciplina que combina herramientas de la estadística, las ciencias sociales y la comunicación con el propósito de captar y analizar las preferencias de determinados grupos de población respecto de temas específicos, particularmente en lo relativo a la intención del voto (Mark, 2004). Aunque en apariencia los resultados de una encuesta se expresan únicamente en cifras y porcentajes, detrás de estos datos existe un proceso metodológico complejo orientado a garantizar la precisión y la representatividad de la información recopilada.

En esencia, el sondeo puede entenderse como un método destinado a obtener una "fotografía" del estado de opinión de una población en un momento determinado (Mora, 2005). Debido a que resulta materialmente imposible consultar a la totalidad de los individuos que integran dicha población, los investigadores recurren al uso de muestras, es decir, subconjuntos representativos seleccionados mediante técnicas estadísticas. La representatividad de la muestra constituye un elemento central para la validez de los resultados y depende en gran medida de métodos como el muestreo aleatorio, el cual busca asegurar que todos los individuos tengan una probabilidad similar de ser seleccionados.

El diseño del cuestionario representa igualmente un componente fundamental del proceso de investigación (Tourangeau, 2000). Las preguntas deben formularse de manera clara, natural y precisa con el fin de evitar sesgos que puedan influir en las respuestas de los encuestados. Por ejemplo, una pregunta como *"¿Apoya al candidato X, quien cuenta con un amplio respaldo en la comunidad?"* podría inducir a respuestas afirmativas al incorporar elementos valorativos que afectan la neutralidad del instrumento. Por ello, es recomendable emplear formulaciones equilibradas y ofrecer opciones de respuesta que permitan capturar una diversidad de posiciones, tales como *"No sé"* o *"Prefiere no responder"*.

Los métodos de recopilación de datos también han evolucionado con el desarrollo tecnológico. En sus inicios, las encuestas se realizaban predominantemente mediante entrevistas presenciales. Posteriormente, se incorporaron entrevistas telefónicas y, más recientemente, encuestas en línea. Cada modalidad presenta ventajas y limitaciones; las entrevistas presenciales suelen ofrecer mayor nivel de precisión, aunque implican mayores costos y tiempo de ejecución; por su parte, las encuestas en línea (Dilman, 2014)

permiten una recolección más rápida y económica de la información, pero enfrentan desafíos asociados a la brecha digital y a la representatividad de los participantes.

Una vez recopilados los datos, el análisis estadístico permite transformar la información obtenida en resultados interpretables. En este contexto, los especialistas calculan indicadores como el margen de error, que expresa la posible variación de los resultados si la encuesta se repitiera con otra muestra similar (Groves, 2009). Por ejemplo, un margen de error de $\pm 3\%$ implica que los resultados podrán variar hasta tres puntos porcentuales por encima o por debajo de la estimación reportada. Asimismo, se establece un nivel de confianza -generalmente del 95%- que indica la probabilidad de que los resultados reflejen con precisión la realidad de la población estudiada.

A pesar de la robustez metodológica de estas herramientas, los sondeos enfrentan diversos desafíos. Factores como la falta de respuesta de ciertos grupos poblacionales, la sobrerrepresentación de determinados segmentos sociales o la volatilidad de la opinión pública pueden afectar la precisión de los resultados. En un entorno cada vez más digitalizado, además, las encuestas deben adaptarse a fenómenos contemporáneos como la desinformación, la rápida circulación de contenidos en redes sociales y los cambios acelerados en las actitudes del electorado.

En consecuencia, la ciencia del sondeo no se limita únicamente a la petición de resultados electorales. Su objetivo más amplio consiste en comprender el comportamiento político y social de la ciudadanía dentro de los sistemas democráticos.

5. INFLUENCIA Y REGULACIÓN DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES EN LOS PROCESOS DEMOCRÁTICOS

Debido al alto grado de profesionalismo y rigor técnico con que suelen realizarse las encuestas electorales, estas pueden alcanzar niveles importantes de precisión, lo que en muchos casos otorga a sus resultados un significativo grado de credibilidad. Esta confiabilidad suele derivarse tanto del método científico aplicado en su elaboración como del prestigio o trayectoria de las empresas encargadas de su realización.

Las encuestas electorales tienen un impacto significativo en las campañas políticas. Los partidos, agrupaciones, movimientos políticos y los candidatos las utilizan para diseñar estrategias, ajustar mensajes y decidir en qué regiones o segmentos poblacionales deben concentrar esfuerzos. También influyen en la percepción pública; ya que, por ejemplo, al mostrar a un candidato como favorito, pueden generar el llamado efecto *bandwagon*⁶, donde los votantes se sienten inclinados a apoyar a quien lidera las encuestas.

No obstante, para los partidos políticos y los distintos actores que participan en la competencia electoral, la valoración de las encuestas suele estar condicionada por la favorabilidad o desfavorabilidad de sus resultados. En este sentido, surge una interrogante recurrente en el debate político: ¿por qué las encuestas electorales suelen resultar particularmente sensibles para determinados sectores políticos? Una posible explicación radica en que, en el contexto de los procesos electorales, las encuestas poseen un alto impacto en la formación de percepciones dentro del electorado. La publicación o difusión de determinados resultados puede influir en la opinión pública y en algunos casos inclinar las preferencias de los votantes hacia determinadas candidaturas o partidos políticos.

Sin embargo, la importancia de las encuestas trasciende las campañas. En el contexto democrático, son una herramienta que fomenta la transparencia y la rendición de cuentas al poner en evidencia las tendencias de la opinión pública. A pesar de sus limitaciones y controversias, las encuestas electorales siguen siendo un recurso indispensable para entender y moldear el panorama político, ya que ayudan a que tanto ciudadanos como líderes tomen decisiones informadas.

En etapas anteriores del desarrollo de los sistemas electorales, las encuestas de preferencias políticas no contaban con un marco regulador claro. Esta ausencia normativa generaba condiciones propicias para la manipulación o distorsión de los resultados con el propósito de influir en la conducta de los electores y alterar la percepción pública sobre las tendencias del voto.

Con el propósito de fortalecer la credibilidad de estas mediciones, durante las décadas de los 80 y 90 (Lazarte, 2007) numerosos países de América Latina comenzaron a incorporar en sus legislaciones electorales normas destinadas a regular la realización y difusión de encuestas electorales. Estas disposiciones

⁶ Efecto arrastre.

buscaban establecer criterios de transparencia, así como prevenir el uso abusivo o manipulado de este tipo de instrumentos durante las campañas electorales.

En el caso de la República Dominicana, igual que ocurrió en otros países de la región, durante mucho tiempo no existió una normativa específica que regulara el uso de encuestas electorales. No fue sino hasta la promulgación de la Ley 15-19, Orgánica del Régimen Electoral⁷, cuando se establecieron disposiciones destinadas a normar su elaboración, publicación y difusión dentro del contexto de los procesos electorales.

En el ordenamiento jurídico dominicano, la regulación de las encuestas y sondeos de opinión electoral se encuentra actualmente establecida en la Ley 20-23, Orgánica del Régimen Electoral. En particular, el título IX de dicha normativa titulado “De las encuestas y sondeos de opinión electoral”, comprende los artículos 212 al 216, donde se establecen las disposiciones relativas a su elaboración, registro, publicación y difusión durante los procesos electorales. Esta norma tiene como finalidad garantizar la transparencia, veracidad metodológica y responsabilidad informativa de las entidades encuestadoras, así se evitan prácticas que puedan distorsionar la formación de la opinión pública o influir indebidamente en la voluntad del electorado. De modo que el legislador dominicano procura equilibrar el ejercicio de la libertad de información con la protección de la integridad del proceso electoral.

Estas disposiciones evidencian que el legislador dominicano reconoce las encuestas electorales como instrumentos legítimos de medición de la opinión pública, cuya utilización debe realizarse bajo parámetros de rigor técnico y transparencia informática, a fin de evitar distorsiones en la formación de la voluntad electoral (Ley 20-23, arts. 212-216).

⁷ En la República Dominicana la regulación de las encuestas electorales se incorporó en la Ley núm. 15-19, Orgánica del Régimen Electoral. Posteriormente esta normativa fue derogada por Ley núm. 20-23, Orgánica del Régimen Electoral, actualmente vigente, que establece el marco jurídico aplicable a la realización y difusión de encuestas electorales en el país.

6. LAS ENCUESTAS COMO MECANISMO DE SELECCIÓN DE CANDIDATURAS EN EL SISTEMA DE PARTIDOS

En el ordenamiento jurídico dominicano, las encuestas han sido reconocidas no solo como instrumento de medición de la opinión pública, sino también como mecanismos válidos para la selección interna de candidaturas dentro de los partidos políticos. La Ley 33-18 establece que estas pueden ser utilizadas como *modalidad de primarias* para la escogencia de candidatos a cargos de elección popular. La constitucionalidad de este mecanismo fue conformada por el Tribunal Constitucional de la República Dominicana mediante la sentencia TC/0631/19, que reconoció su validez siempre que se respeten los principios democráticos, la transparencia y la participación interna en las organizaciones políticas.

En este contexto el jurista y dirigente político Eddy Olivares ha señalado que el uso de encuestas para definir candidaturas puede resultar problemático desde la perspectiva democrática en la medida en que podrían desplazar la voluntad directa de los afiliados o militantes del partido (Guzmán, 2019) quienes tradicionalmente ejercen esas funciones mediante primarias, convenciones o asambleas internas. Tales consideraciones reflejan el debate existente sobre los límites y alcance de las encuestas dentro de los procesos de selección de candidaturas en los sistemas de partidos políticos.

No obstante su reconocimiento normativo, el uso de las encuestas como mecanismo para la selección de candidaturas ha generado debates dentro del ámbito político y académico en el país. Diversos autores y analistas han cuestionado la idoneidad de este instrumento para sustituir o determinar procesos de elección interna en los partidos políticos al considerar que las encuestas constituyen mediciones probabilísticas de la opinión pública y no mecanismos directos de participación democrática de la militancia.

7. REGULACIÓN DE LAS ENCUESTAS

La utilización de encuestas electorales constituye un instrumento legítimo dentro de los procesos políticos mediante el cual las organizaciones políticas debidamente reconocidas pueden conocer las preferencias del electorado y orientar sus estrategias electorales. En el ordenamiento jurídico dominicano este mecanismo se encuentra sujeto a disposiciones específicas establecidas en la Ley 20-23, la cual regula su elaboración, difusión y control institucional.

En el ámbito del régimen electoral, las encuestas o sondeos de opinión tienen como objetivo fundamental medir las tendencias o preferencias de un grupo determinado de ciudadanos respecto a candidatos, partidos políticos o situaciones electorales específicas. Para ello se recurre a técnicas de muestreo y a métodos estadísticos que permiten aproximarse con determinado margen de error al comportamiento electoral del conjunto de la población.

La normativa vigente atribuye a la Junta Central Electoral, a través de la Dirección General de Elecciones (Ley 20-23, art. 214) la facultad de supervisar y registrar las firmas encuestadoras autorizadas para realizar estudios de opinión en materia electoral. A tales fines, las empresas interesadas deben cumplir con requisitos formales y técnicos entre los que se incluyen la presentación de sus estatutos sociales, la nómina actualizada de accionistas y directivos, la composición de su consejo de administración y la acreditación profesional del personal técnico encargado de la elaboración de las encuestas (Ley 20-23, art. 215).

Asimismo, las firmas encuestadoras autorizadas deben presentar la ficha técnica correspondiente a cada estudio con la indicación del método utilizado, el tamaño y diseño de la muestra, el margen de error, el nivel de representatividad y las características del trabajo de campo realizado. Estos requisitos buscan garantizar la transparencia metodológica y la confiabilidad de los estudios de opinión pública difundidos durante los procesos electorales.

De igual forma, la legislación establece disposiciones específicas respecto de las encuestas a boca de urna, cuyos resultados deben ser depositados ante la autoridad electoral en sobres cerrados y lacrados con el propósito de preservar la integridad de la información hasta el momento autorizado para su divulgación.

Finalmente, la Ley 20-23 dispone que las encuestas electorales no podrán publicarse ni difundirse durante los ocho días previos a la celebración de las elecciones generales (Ley 20-23, art. 216) con el objetivo de evitar posibles influencias indebidas sobre la voluntad del electorado en la etapa final del proceso electoral. Asimismo, en el caso de las encuestas a boca de urna (Ley 20-23, art. 216, párrafos II y III), su divulgación solo podrá realizarse tres horas después de emitido el primer boletín oficial de resultados por parte de la autoridad electoral para garantizar así el respeto al desarrollo ordenado de la jornada electoral.

Es pertinente señalar que la regulación de las encuestas electorales en la República Dominicana se inscribe dentro de una tendencia normativa de legislaciones como las de Colombia, Chile y Costa Rica las cuales han establecido disposiciones que exigen el registro o acreditación de las firmas encuestadoras ante los órganos electorales competentes, así como la presentación de información técnica que permita garantizar la transparencia y confiabilidad de los estudios de opinión pública. De esta manera, la regulación de las encuestas electorales en la nación caribeña se inserta dentro de una corriente regional que busca equilibrar la libertad de información con la transparencia y responsabilidad en la difusión de estudios de opinión pública.

8. LAS ENCUESTAS ELECTORALES EN AMÉRICA LATINA: UNA APROXIMACIÓN COMPARADA

8.1 ARGENTINA

En Argentina, las encuestas se realizan con el propósito de medir preferencias del electorado respecto de partidos políticos, postulantes o fuerzas políticas en competencia. Estos estudios pueden llevarse a cabo mediante distintas modalidades metodológicas, entre las que se destacan las encuestas domiciliarias o presenciales, así como aquellas realizadas a distancia, particularmente a través de medios telefónicos o plataformas digitales.

Algunos analistas políticos argentinos, como Facundo Nejamkis (2017), sostienen que las encuestas domiciliarias o presenciales tienden a ofrecer mayores niveles de confiabilidad en comparación con otros métodos de levantamiento de información. Ello se debe, en parte, a que la interacción directa con el encuestado permite obtener respuestas más reflexivas y reducir ciertos sesgos derivados de la comunicación mediada por tecnologías. Por el contrario, en las encuestas telefónicas o en línea suele registrarse un mayor nivel de rechazo a participar o respuestas más polarizadas entre los distintos segmentos del electorado.

En el ordenamiento jurídico argentino también se reconoce la figura de las encuestas a boca de urna, entendidas como sondeos electorales realizados el mismo día de la votación una vez que el elector ha ejercido su derecho al sufragio. El objetivo principal de estos estudios consiste en ofrecer estimaciones preliminares sobre la tendencia del resultado electoral antes de

que se publiquen los datos oficiales. A diferencia de las encuestas preelectorales, que buscan medir la intención del voto antes de la jornada electoral, los sondeos a boca de urna registran la preferencia efectiva del elector que ya ha depositado su voto.

Desde el punto de vista normativo, el Código Electoral de la nación establece limitaciones a la difusión de este tipo de estudios durante la jornada electoral. En efecto, el artículo 71, inciso H, prohíbe la publicación o difusión de encuestas o proyecciones sobre los resultados del proceso electoral mientras se desarrolla la votación y hasta tres horas después del cierre de las mesas electorales. Esta restricción tiene como finalidad evitar que la divulgación anticipada de estimaciones electorales influya en el comportamiento de los votantes que aún no han ejercido su derecho al sufragio o genere confusión respecto de los resultados oficiales del proceso.

8.2 COLOMBIA

En Colombia las encuestas electorales se encuentran reguladas por la Ley 2494, del 23 de julio de 2025, normativa que establece los principales parámetros técnicos y conceptuales para la realización y difusión de estudios de opinión pública en materia electoral. Dicho instrumento jurídico define conceptos esenciales como encuesta, sondeo, firma encuestadora y modelo de pronóstico, así como criterios relacionados con el margen de error tanto en el diseño metodológico como en su cálculo, para lo cual la ley establece una distribución porcentual obligatoria de la muestra en función del tamaño de los municipios y distritos -calificados como grandes, medianos o pequeños- con el propósito de asegurar una representación territorial equilibrada (Ley 2494). Del mismo modo, exige que, para estudios de alcance nacional, el margen de error de diseño no supere el 3% y que el nivel de confianza estadístico sea como mínimo del 95% (Ley 2494, art. 4) y, además, debe registrarse previamente ante el Consejo Nacional Electoral (CNE) de Colombia como requisito indispensable para su publicación (2026, resolución 1197).

En el contexto político colombiano, las encuestas electorales desempeñan un papel significativo durante los procesos de campaña, pues constituyen herramientas que permiten aproximarse a las preferencias del electorado y a las tendencias de la competencia política. No obstante, resulta necesario advertir que, como todo instrumento de medición social, las encuestas no están exentas de errores o desviaciones respecto de los resultados finales. A

pesar de ello, la discusión sobre su regulación y alcance ha ocupado un lugar relevante en el debate público y académico no solo en Colombia, sino también en diversos países como Canadá, Chile, Estados Unidos, España y Francia (Polo, 2025).

La promulgación de la Ley 2494/2025 ha sido interpretada por algunos sectores como un avance significativo en la consolidación de un marco normativo más riguroso para la elaboración y divulgación de encuestas electorales. Su finalidad central consiste en garantizar que la información relativa a la intención del voto y a las preferencias electorales se presente con criterios de transparencia, claridad metodológica y confiabilidad estadística. Sin embargo, otros analistas han señalado que, si bien la norma introduce estándares técnicos relevantes, también puede generar ciertos efectos no deseados en la práctica de los estudios de opinión.

En ese sentido, especialistas como Cesar Caballero y Andrés Dávila citados por Fundación Razón Pública (2025) han sostenido que la nueva legislación colombiana incorpora importantes mejoras técnicas orientadas a fortalecer la transparencia y la calidad metodológica de las encuestas. No obstante, advierten que algunas de sus disposiciones podrían producir efectos contraproducentes, particularmente en lo relativo al aumento de los costos operativos para las firmas encuestadoras y a la posible reducción de la oferta de estudios de opinión pública. Según estos planteamientos, el riesgo radica en que la regulación excesivamente estricta podría favorecer la concentración de la información electoral en manos de un número reducido de actores, y limitar así el acceso público a este tipo de datos.

En definitiva, el caso colombiano evidencia las tensiones propias que surgen entre la necesidad de regular técnicamente las encuestas electorales para garantizar su rigor metodológico y la importancia de preservar un entorno plural de producción y circulación de información política. Este equilibrio continúa siendo objeto de debate en las democracias contemporáneas donde los sondeos de opinión pública se han convertido en instrumentos influyentes para comprender la dinámica electoral y el comportamiento político de la ciudadanía.

8.3 REPÚBLICA DOMINICANA

En el caso dominicano, la regulación de las encuestas electorales se encuentra establecida en la Ley 20-23, Orgánica del Régimen Electoral, particularmente en los artículos 212 al 216, los cuales fijan los criterios para la elaboración, publicación, difusión y registro de los estudios de opinión electoral. Asimismo, la Ley 33-18, de Partidos, Agrupaciones y Movimientos Políticos reconoce la posibilidad de utilizar encuestas como mecanismo para la selección de candidaturas en determinados procesos internos partidarios. Como se explicó en los apartados anteriores, este marco normativo busca garantizar transparencia metodológica y evitar la manipulación de la opinión pública durante los procesos electorales.

9. DESAFÍOS Y LÍMITES DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES EN LOS SISTEMAS DEMOCRÁTICOS

A pesar de su creciente influencia en los procesos electorales contemporáneos, las encuestas no están exentas de cuestionamientos metodológicos y políticos. Su fiabilidad depende en gran medida del rigor científico aplicado en el diseño de la muestra, la formulación de las preguntas y procesamiento estadístico de los datos. En este sentido, errores de muestreo, sesgos metodológicos o interpretaciones inadecuadas pueden generar percepciones distorsionadas sobre la verdadera orientación del electorado.

Asimismo, diversos estudios advierten que la difusión de encuestas puede influir en el comportamiento electoral, ya sea reforzando determinadas preferencias o generando efectos como el denominado “voto útil” o el “efecto arrastre”. Por estas razones, muchas legislaciones electorales han establecido reglas para su publicación y divulgación durante los periodos de campaña, con el objetivo de preservar la equidad de la competencia política y garantizar mayor transparencia en la información ofrecida al electorado.

10. CONCLUSIÓN

En definitiva, el debate en torno a las encuestas electorales no debe limitarse únicamente a cuestionar su grado de precisión o a la controversia que suelen suscitar en periodos electorales. Más bien, debe orientarse hacia la construcción de un marco normativo claro, coherente y eficaz que regule su

producción, presentación y divulgación. La existencia de reglas precisas y transparentes contribuiría significativamente a fortalecer la credibilidad de estos instrumentos y a consolidar la confianza de la ciudadanía en los procesos de medición de la opinión pública.

En este sentido, resulta necesario que dicha regulación posea un alcance amplio e integral, aplicable no solo durante los procesos electorales, sino también a cualquier estudio de opinión pública que pueda incidir en la formación de la voluntad política de los electores. De tal modo, las eventuales restricciones a su difusión deben ir acompañadas de mecanismos claros de supervisión, responsabilidades definidas y un régimen de sanciones proporcional, y evitar así disposiciones ambiguas o carentes de eficacia jurídica. Además, estas disposiciones deben integrarse de manera orgánica dentro de la legislación electoral, garantizando que la supervisión y control de las encuestas permanezcan bajo la competencia de los órganos electorales sin trasladar estas responsabilidades a instituciones ajenas a su naturaleza y funciones.

Por otra parte, aunque en múltiples ocasiones las encuestas han demostrado ser herramientas metodológicamente válidas para medir tendencias de opinión, también es cierto que en determinadas circunstancias sus resultados no coinciden con los resultados electorales oficiales, lo que evidencia la necesidad de perfeccionar los métodos, procedimientos y técnicas utilizadas en su elaboración a fin de reducir tales discrepancias y mejorar la calidad de la información ofrecida a la ciudadanía.

En última instancia, la regulación de las encuestas no debe entenderse como un mecanismo de restricción de la opinión pública, sino como un instrumento orientado a garantizar transparencia, rigor metodológico y responsabilidad informativa en un ámbito que incide directamente en la calidad y legitimidad de la democracia.

No obstante, el análisis desarrollado en este trabajo no agota la complejidad del fenómeno de las encuestas electorales en Latinoamérica. En tal sentido, el estudio comparado continuará con el examen de otros ordenamientos jurídicos de la región con el propósito de ampliar la comprensión sobre la regulación y el impacto de los sondeos de opinión en los procesos democráticos contemporáneos.

REFERENCIAS

- Babbie, E. (2016). *The practice of social research*. Boston Cengage Learning.
- Consejo Nacional Electoral de Colombia (CNE). Sala Plena. Resolución n.º 1197; 25 de febrero de 2026.
- Dilman, D. A. (2014). *Internet, Phone, mail, and Mixed-Mode Surveys. The Tailored Design Method*. Wiley.
- Fowler, F. J. (2014). *Survey research methods*. SAGE Publications.
- Fundación Razón Pública (16 de noviembre, 2025). Encuestas en Colombia: historia, metodología y una ley que cambia el juego político. *Razón Pública*. <https://razonpublica.com/encuestas-colombia-historia-metodologia-una-ley-cambio-juego-politico/>
- Groves, R. M., Fowler F. J. Jr., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E. y Tourangeau, R. (2009). *Survey methodology* (2.ª edición). Wiley.
- Guzmán Then, A. (30 de diciembre, 2019). Olivares: TC dio golpe a la democracia al ratificar encuestas como método de elección. *Diario Libre*. <https://www.diariolibre.com/actualidad/politica/olivares-tc-dio-golpe-a-la-democracia-al-ratificar-encuestas-como-metodo-de-eleccion->
- Lazarte, J. R. (2007). Encuestas y sondeo durante el proceso electoral. En D. Nohlen, D. Zovatto, J. Orozco y J. Thompson (Comps.), *Tratado de derecho electoral comparado de América Latina* (pp. 836-842). IIDH, Universidad de Heidelberg, Internacional IDEA, TEPJF IFE y Fondo de Cultura Económica.
- Ley 2494 de 2025 (Colombia). Sobre la elaboración, publicación y divulgación de encuestas. 24 de julio de 2025. Diario oficial n.º 53.191.
- Ley 33-18 de 2018 (República Dominicana). Ley de partidos, agrupaciones y movimientos políticos. 13 de agosto. Diario Oficial 10917 del 15 de agosto de 2018.
- Ley 20-23 de 2023 (República Dominicana). Ley Orgánica del Régimen Electoral. 17 de febrero 2023. Diario Oficial 11000 del 21 de febrero de 2023.
- Mark, N. F. (2004). *Voter turnout and the dynamics of electoral competition in established democracies since 1945*. Cambridge University Press.

Nejamkis, F. (2017). *Comunicación política y encuestas electorales en Argentina*. Editorial Biblos.

Mora y Araujo, M. (2005). *El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública*. La Crujía.

Polo, M. L. (26 de agosto, 2025). Aciertos y desaciertos de la nueva ley de regulación de las encuestas electorales. *Periódico UNAL*. <https://periodico.unal.edu.co>

Price, V. (1992). *Public opinion*. SAGE Publications.

Tourangeau, R. (2000). *The psychology of survey response*. Cambridge.

Tribunal Constitucional Dominicano. Sentencia TC/0631/; 18 de setiembre de 2019.