

¿Y LAS ENCUESTAS?

*Por: Eduardo Salazar Hoyos

Luego del proceso electoral vivido en nuestro país y con los ánimos más calmados, dejamos atrás la discusión sobre si las encuestas pre electorales sirven o no, o mejor aún, si son un medio efectivo para predecir resultados. Seguramente en futuras contiendas, volverá la discusión en medio de una afinidad o no por el tema dependiendo los resultados y de acuerdo al interés de cada quien.

Lo cierto es que las encuestas, instrumento de los estudios de mercado, son una herramienta poderosa y efectiva que no solamente permiten inferir las posibilidades de un candidato y su posición en medio de la opinión, sino también las posibilidades de demanda de un producto o servicio en un mercado específico, así como las percepciones acerca de un hecho pasado o futuro por parte de un segmento de clientes o votantes potenciales.

Lo que hay que entender es que un estudio es en estos casos una medición de intención; es una especie de foto o registro instantáneo que se toma en un momento específico de espacio tiempo y lugar. Al igual que la foto, el resultado de las encuestas muestra lo que se captó en ese momento. Como ocurre en la vida real, sería muy difícil si se quisiera, repetir la foto y que esta quedara exactamente igual a la anterior.

Para el caso de las encuestas, o estudios de opinión, es posible que quien se indaga cambie de parecer de un día para otro; es más, de una hora a otra, si el integrante de la muestral ha tenido un estímulo como por ejemplo una información que no tenía, no necesariamente producto de una fuente confiable; el cambio en la opinión, puede ser el resultado a cualquier impacto recibido sin que medie la veracidad.

Lo importante en estos casos es analizar cómo se hicieron las encuestas, cuál fue el método utilizado, así como quién lo hizo y si este tiene la capacidad para tomar

la foto de manera profesional (utilizando la misma analogía) sin que haya quedado borrosa o de baja calidad. La academia tiene la técnica y enseña el método para hacerlo.

Encuestar, observar y preguntar acerca de las percepciones que se tienen son herramientas poderosas que han permitido tomar decisiones empresariales importantes y la política no es la excepción. El fin último de un estudio como estos es entregar datos que permitan tomar decisiones y equivocarse lo menos posible.

Lo que nos corresponde es educar en la interpretación y la evaluación de las fuentes. En las universidades nos encargamos de enseñar la forma adecuada de hacer estos estudios y nos corresponde a todos crecer en la correcta interpretación del momento, alejada del fanatismo y la conveniencia.

*Docente Universidad Católica de Pereira