

Decálogo para leer una encuesta

1. Una encuesta de opinión es una foto instantánea del clima de opinión en un momento dado.
Por lo tanto no puede predecir el futuro ya que este depende en gran medida de aquello que ocurra después de realizada la encuesta.
La foto que se toma es borrosa, por lo que sus contornos no son claros.
Es lo que constituye el margen de error.
2. No se puede comparar resultados de encuestas cuyas muestras provienen de universos diferentes, como por ejemplo una realizada a nivel regional y otra en Arequipa Metropolitana.
Dos encuestas que incluyan tipos diferentes de lugares producirán resultados diferentes: por ejemplo una encuesta que sólo incluye ciudades y otra que toma en cuenta zonas rurales.
3. Cuando se trata de temas de opinión pública, encuestas realizadas en fechas distintas suelen tener resultados muy diferentes.
Las personas pueden cambiar de opinión porque ocurren nuevos acontecimientos que pueden influir en su forma de ver las cosas.
4. Toda encuesta tiene un margen de error estadístico.
Lo recomendable es que éste sea menor al 5%.
Con ese margen de error, un resultado que señala el 50%, en realidad se mueve entre el 45% y 55% de la población que pretende ser representada en la encuesta.
5. Gracias a las técnicas de muestreo estadístico, se pueden hacer encuestas de opinión confiables en Arequipa entrevistando entre 400 y 600 personas.
A nivel nacional, para lograr niveles de confianza adecuados generalmente se entrevistan entre 1200 y 1800 personas.
Este tipo de muestras permiten inferir sus resultados al conjunto de la población que buscan representar (Lima o el Perú en su conjunto).
6. Dos encuestas con preguntas iguales pero presentadas en distinto orden pueden producir resultados diferentes.
La manera cómo se formulan las preguntas también puede producir resultados distintos.
Ello no quiere decir que haya una sola forma correcta de preguntar.
Si la pregunta se formula de la misma manera, el tipo de alternativas de respuesta (espontáneas, lista cerrada, respuestas múltiples, etc.) que se le ofrece a un entrevistado influye en las diferencias de resultados que pueden haber entre dos encuestas.
7. Suponiendo que el mismo cuestionario se aplique a dos muestras al azar de la misma población en la misma fecha, los resultados de esas encuestas no serán exactamente iguales, ya que cada muestra tiene un margen de error independiente.
8. Las tablas de resultados normalmente se presentan en porcentajes.
Es importante fijarse en el número total de personas sobre el cual éstos se calculan.
En una tabla los porcentajes pueden calcularse en forma vertical (cada columna suma 100%) u horizontal (cada fila suma 100%).
9. Si las preguntas son de respuesta múltiple los porcentajes no suman 100% ya que es posible que muchos encuestados respondan más de una posibilidad. Por ejemplo, si se solicita que señale uno o más atributos de un candidato.
10. Finalmente, las encuestas ayudan a observar la realidad, pero ésta es bastante compleja como para que sea apreciada sólo de esta manera.
Por lo tanto, no hay que dejarse seducir por ellas, como si se tratara de verdades absolutas, ni despreciarlas, como si mostraran sólo engaños.

Fuente: Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú.