

# El Anonimato del Cliente en los Diseños de Investigación

Beatriz Mansur Macías / Olga Granados Lara

Berumen

Las investigaciones donde se mantiene en anonimato la identidad del cliente corresponden a diseños en donde se espera que los resultados puedan verse afectados por esta variable.

Más allá del ámbito de la investigación, la decisión de reservar la identidad del cliente tiene múltiples implicaciones y su sola consideración conduce a reflexionar sobre las razones de quien solicita el estudio como en las repercusiones para la investigación misma.

La primera consideración al respecto, consiste en delimitar y controlar las variables intervinientes en el campo cognitivo de la investigación a ejecutar. Si se revela la identidad del cliente, eso daría lugar a un tipo determinado de investigación, como igualmente ocurriría si se decide no hacerlo.

Parte del diseño de investigación consiste en plantear las situaciones hipotéticas que surgirían si los entrevistados proporcionaran la información bajo la influencia de esta variable, ya que se presupone que de su presencia o ausencia, los resultados pueden variar. Es decir, si el entrevistado conoce al destinatario de la información, él puede formular sus respuestas en función de los intereses, actitudes o sentimientos que le despierte éste y no necesariamente de los factores objetivos que determinan su posición respecto al tema en estudio.

Por este motivo, para no caer en una falta de control de la variable, los investigadores toman la decisión de mantener anónima la identidad del cliente.

Berumen ha sorteado esta situación dando a cada investigación un tratamiento especial, además de que en la mayoría de los casos los temas abordados no habían causado disonancia alguna entre los entrevistados, permitiendo a éstos dar sus respuestas a título personal, profesional o laboral porque no percibieron mayor riesgo en sus declaraciones, a pesar de abordar algunos temas muy sensibles, como por ejemplo: el "sida", la "sexualidad", las "adicciones", entre otros.

Recientemente Berumen realizó una investigación por encargo de un cliente, en la que se determinó mantener su anonimato para evitar sesgos en la información a captar, respecto al tema de la construcción por parte de una empresa (con participación estatal y privada) de una planta salinera en la Laguna de San Ignacio en Baja California Sur.

Desde el diseño de la investigación, se estimó que conservar anónima la identidad del cliente dificultaría la obtención de la información, ya que la población objetivo involucraba a todos los agentes interesados en el tema, más aún con una posición muy particular sobre la conveniencia o no de la construcción de dicho proyecto, de acuerdo a su beneficio o perjuicio. Dicha población se compuso por:

- 1) Líderes de Opinión Pública (Periodistas y Reporteros).
- 2) Legisladores (Diputados y Senadores).
- 3) Miembros de Asociaciones Ambientalistas y ONG's.
- 4) Académicos.
- 5) Empresarios de la industria de la sal.
- 6) Público en general (lectores de periódicos, televidentes y radio escuchas de noticieros).

Las numerosas negativas encontradas confirmaron nuestros pronósticos, ya que el tema era controvertido por los fuertes intereses en juego, tanto por parte de los que estaban de acuerdo con la construcción de la salinera como por aquéllos que rechazaban el proyecto, además de la incertidumbre generada por haber sido elegidos como parte de una muestra seleccionada por una agencia de investigación sin inclinaciones sobre el tema y que por tanto, era motivo de desconfianza hacia el uso que se podría hacer de la información.

La estrategia diseñada para afrontar las resistencias previstas se fincó en la ética profesional de Berumen

para otorgar a los entrevistados la seguridad de que sus opiniones serían tratadas con objetividad e imparcialidad, deseando conocer su opinión a partir de sus convicciones y del reto y el valor de expresarlas desde sus propios fundamentos económicos o ecológicos, independientemente de quién estuviera detrás del estudio.

Se les informó también que habían sido elegidos para participar en la investigación por ser líderes de opinión o por el grado de influencia que podían tener frente a la aceptación o rechazo de la construcción de la salinera y porque se desconocía su postura frente al objeto de estudio.

El proceso de obtención de información reveló la importancia de que los entrevistados ignoraran la identidad del cliente en un tema polémico porque se pudo haber obtenido información falsa, manipulada en función de los intereses involucrados o información exacerbada en función de defender las posturas existentes.

El contexto confirmó que de no haber tomado esta decisión, los resultados habrían carecido de la utilidad necesaria para diseñar estrategias que respondieran a factores objetivos, hecho que fue alentando y reforzando la convicción de que el diseño planteado permitía proteger la calidad de la información.

Finalmente, la conjunción del diseño de investigación con la seriedad y formalidad en la relación investigadores y entrevistados, la imagen de nuestra agencia, la confianza y el respeto transmitido a cada una de las personas que aceptaron nuestra invitación hicieron posible realizar una investigación sobre un hecho trascendente para nuestro país logrando mantener el anonimato del cliente.

A petición expresa, el cliente autorizó a Berumen compartir con los lectores de la revista AMAI, el contexto en el que se desarrolló la investigación, la ficha técnica y metodológica y algunos resultados, poniendo además a la disposición de los lectores los resultados completos en la siguiente dirección de Internet

[www.berumen.com.mx](http://www.berumen.com.mx)

### Ficha Técnica:

La solicitud a la agencia consistió en un estudio que permitiera conocer la opinión de los líderes de los medios de comunicación en el Área Metropolitana de la Ciudad de México, los legisladores, empresarios, académicos, ONG's y la opinión de la población adulta, en las Áreas Metropolitanas de las ciudades de México y Monterrey, sobre la construcción de una planta salinera en la Laguna de San Ignacio, Baja California Sur.

### Objetivos de la Investigación:

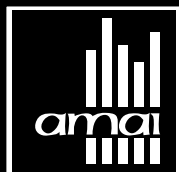
1. Determinar el nivel de conocimiento entre la población objetivo, respecto a la construcción de una planta salinera en la Laguna de San Ignacio, BCS, en términos de comprensión de la información, aceptación, identificación e impacto en la opinión.
2. Conocer la posición actual de la población objetivo hacia la construcción de la salinera.
3. Evaluar el impacto ante la posición declarada de los argumentos a favor y en contra de la construcción de la salinera.
4. Evaluar la imagen de los actores involucrados en el proceso: Gobierno, Empresa y Ambientalistas.
5. Estimar entre los entrevistados la intención de manifestarse de acuerdo a su actitud hacia la construcción de la salinera.

### Metodología

La investigación se desarrolló mediante tres técnicas de investigación:

- 1. Entrevistas individuales a profundidad a líderes de opinión y legisladores.
- 2. Grupos de enfoque con empresarios de la industria de la Sal, Académicos, Grupos Ambientalistas y ONG's.
- 3. Encuesta probabilística en hogares a adultos informados (filtros de exposición a medios de comunicación) de 18 años o más, residentes del AMCM y del AMM.

# MEMORIAS



Nada como haber asistido...



pero si no le fue posible, ponemos a su disposición las memorias de nuestros seminarios en los que siempre nos esforzamos por reunir a especialistas en cada uno de los temas

## **Primer Seminario de Investigación de Mercados**

Guadalajara, Jal. Mayo 1998

## **II Seminario de Opinión Pública: Etica, Calidad e Impacto en las Encuestas Electorales**

Ciudad de México Junio 1999

## **VI Seminario de Actualización Profesional**

Ciudad de México Agosto 1999

¿ Por qué conformarse con una foto...

si puede tener

toda la película?

Convierta sus Estudios ADHOC en un Sistema Continuo de Investigación



segmenta  
576-8454  
359-2782