* **GENERALIZACIÓN INDUCTIVA**

Es un tipo de argumento inductivo en el que se extiende, a la totalidad de una población, el resultado de una observación hecha en una parte de la misma.

*Ejemplo:*

Seis de ocho alcaldes participantes en un foro regional tienen estudios de posgrado. Por lo tanto 75% de los 1099 alcaldes del país tienen estudios de posgrado.

En este ejemplo vemos que la posibilidad de que la conclusión sea falsa es mucho más alta que la posibilidad de que sea verdadera: “El 75% de los 1099 alcaldes del país tienen estudios de posgrado”. Esto hace que la mínima diferencia entre el número real de alcaldes con posgrado y el 75% de alcaldes del país, haga falsa la conclusión. Por esta razón estaríamos hablando de una generalización inductiva débil.

Los parámetros que ayudan a decidir entre fuerte y débil, y que se obtienen de responder tres preguntas principales:

 • ¿Son verdaderas las premisas?

• ¿El tamaño de la muestra es apropiado?

• ¿La muestra es representativa?

No hay nada peor para un argumento real, que descubrir que una falsedad en algunas de sus premisas. Una conclusión justificada con premisas falsas no merece ningún tipo atención, por lo cual es importante revisar críticamente las premisas de los argumentos propios y ajenos.

Por eso es importante que el tamaño de la muestra sea apropiado para extender la conclusión del estudio sobre la población total y hacer que el margen de error sea lo más mínimo posible.

Una muestra debe cubrir características relevantes de la población para poder ser de utilidad. Esto es de gran importancia en las encuestas de opinión, ya que es un proceso de generalización inductiva que busca determinar que piensa una población sobre una problemática o un determinado tema.

La presentación de los resultados de una encuesta no siempre son muy fieles a la realidad de las cosas, por ende es necesario revisar adecuadamente los datos que contiene y como fueron hallados los resultados.