



ENCUESTAS Y TOMA DE DECISIONES EN MARKETING POLÍTICO

Dr. CÉSAR AUGUSTO ATOCHE PACHERRES
PROFESOR PRINCIPAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA-PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
www.cesar-augusto-atoche.com

Una encuesta es un estudio observacional en el que se busca recoger datos por medio de un cuestionario previamente diseñado usando preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de personas, con el fin de conocer estados de opinión. Dicho esto conviene preguntarnos ¿qué ventajas tienen las encuestas y para qué sirven?

En primer lugar, las ventajas que ofrece la encuesta son: (a) Bajo costo comparado con un censo, (b) Información de buena calidad siempre que se capacite a los encuestadores y se hayan formulado las preguntas adecuadas, (c) Es posible introducir métodos de medición para corregir errores, (d) Mayor rapidez en la obtención de resultados, (e) Técnica más utilizada pues permite obtener información de casi cualquier tipo de población, (f) Gran capacidad para estandarizar datos pues permite su tratamiento informático con análisis estadístico. Sin embargo, también existen desventajas como: (a) Requiere para su diseño de profesionales con buenos conocimientos de teoría y habilidad en su aplicación pues existe un mayor riesgo de sesgo muestral, (b) Es necesario dar un margen de confiabilidad de los datos es decir una medida de error estadístico pues se ha encuestado a una parte de la población, (c) Deben aplicarse análisis estadísticos que permitan medir el error estadístico con intervalos de confianza, con medidas de desviación estándar, con coeficiente de variación, etc. lo cual requiere de profesionales capacitados para minimizar las complicaciones en el análisis de los hallazgos.

En segundo lugar, las encuestas sirven únicamente para en primera instancia captar información personal de los sujetos en estudio cuando la poseen y es de presumir que están dispuestos a ofrecerla (edad, por quién votaría, etc.); y en segunda instancia para conocer opiniones, creencias, actitudes, expectativas, valoraciones, intereses, intenciones, puntos de vista, sentimientos, percepciones y representaciones de las personas así como en ciertos casos informaciones con que cuentan.

En tercer lugar, las encuestas sirven (según Livio Grasso, 2006) para ayudarnos a tomar mejores decisiones siempre que se haya planificado la aplicación de encuestas. Dicha planificación incluye actividades muy importantes como: (a) Elaboración del tema o problema a investigar, (b) Definición de la población objetivo, (c) Diseño de la muestra, (d) Redacción del cuestionario, (e) Preparación de la tarea de campo para la recolección de datos, (f) Capacitación de los

encuestadores, (g) Evaluación del funcionamiento del cuestionario y de la tarea de campo, (h) Codificación de las respuestas, (i) Elaboración de la matriz de datos, (j) Ingreso de datos, (k) Análisis de datos, (l) Cálculo de estadísticos, (m) Elaboración de conclusiones, (n) Discusión de resultados, (o) Redacción de informe para comunicación de resultados.

Entonces, las encuestas jamás representan la decisión que debemos tomar, sino más bien representan una documentación referencial muy valiosa para la toma de decisiones. Por ello, son necesarias para elaborar y/o actualizar nuestra estrategia de marketing político tanto en la etapa pre-electoral (promesas) como en la etapa post-electoral (cumplimiento de promesas).

En la etapa pre-electoral, la encuesta sirve para determinar las necesidades o requerimientos de la población así como las prioridades que estarían influenciadas con la disponibilidad de recursos financieros, es decir con el presupuesto que recibe y el presupuesto que recién aprobará y ejecutará a partir del año siguiente.

En la etapa post-electoral, es recomendable realizar encuestas periódicas para lograr dos objetivos: por un lado que la población perciba que el candidato elegido está esforzándose por cumplir sus promesas, y por otro lado, conseguir mayores detalles para cumplir de la mejor manera posible sus promesas. Además, se debe utilizar la tecnología para comunicar permanentemente a la población sobre los avances (redes sociales, correo electrónico, etc.)

Finalmente, las encuestas llevan consigo una enorme tentación reflejada en una conversación entre dos miembros conspicuos de un partido político: “Según las encuestas seguimos ganando – *Nunca hemos dejado de hacerlo* - ¿Será genético? – *Será, pues una encuesta bien amañada y repetida mil veces se transforma en verdad*”. Así que, un partido político que se esfuerza por mejorar en forma continua, que está bien organizado, que es respetuoso de las leyes y normas que regulan el accionar político; y que adicionalmente aplica marketing político respaldado con encuestas periódicas, pues representa una opción valiosa que vale la pena tener en cuenta al momento de emitir nuestro voto.

