



Luis Herrero Corona
Alumno del Doctorado en Comunicación
y Mercadotecnia Estratégica
luis.herreroco@anahuac.mx

INTRODUCCIÓN

La forma de captar la opinión pública ha evolucionado con el paso de los años y ha incorporado los avances tecnológicos de la época. Las encuestas personales han permanecido como una de las técnicas de medición de mayor precisión.

Se entiende por encuesta al “método que se utiliza para conocer el estado de opinión sobre un determinado tema y que consiste en realizar una serie de preguntas a una muestra representativa de la población, de cuyas respuestas se infieren los valores de la población en su conjunto” [1, p.184]. El valor del Mercado Nacional de Encuestas, en millones de pesos, es de \$7,778 [2]. En el sector laboran 13,000 personas y cada año se realizan 8 millones de entrevistas de opinión: 25% por internet, 25% telefónicas y 50% entrevistas cara a cara.

El levantamiento de información mediante entrevistas cara a cara en vivienda en México es cada vez más difícil y costoso de llevar a cabo, debido a tasas de rechazo cada vez mayores, elevados índices de inseguridad y dificultades para acceder a lugares remotos.

MATERIAL Y MÉTODO

1. Construir indicadores que puedan comparar a las encuestas personales frente a otras técnicas de medición, a partir de la revisión de literatura científica y entrevistas a profundidad con expertos en la materia.
2. Obtener resultados de diversos métodos para comparar a las encuestas personales.
3. Desarrollar un modelo que combine fuentes de información, tanto de encuestas personales como de nuevas técnicas de medición.

RESULTADOS

Se espera obtener información que proporcione líneas de acción para la elaboración de encuestas en México.

Método o tipo de entrevistas a utilizar: Personal o cara a cara; telefónicas; en línea; mixto o de varios tipos.

Detalles específicos que considerar: Tipo de muestreo, tasa de falta de respuesta, tasa de rechazo, inferencia estadística, costo de recolección de datos, duración del levantamiento de información y dificultad de acceso

DISCUSIÓN

El aporte que dará el modelo a la investigación de mercados y de opinión pública en México será significativo en cuanto a poder realizar estudios de forma más económica y en menor tiempo, salvaguardando la integridad física de los encuestadores y conservando, a la vez, la precisión estadística de los resultados.



REFERENCIAS

1. De las Heras M. Uso y abuso de las encuestas: elección 2000, los escenarios. México: Océano; 1999.
2. AMAI. Estudio Anual de la Industria. Edición XX 2017-18. Reporte restringido para informantes. México; 2018.