

¿Qué es una encuesta?

I.- ASPECTOS GENERALES.

1.1. Introducción.

1.2.

La encuesta la define el Prof. García Ferrado como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo mas amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”

Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.

Como características fundamentales de una encuesta, Sierra Bravo destaca:

1. La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
2. Es un método preparado para la investigación.
3. Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
4. Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Las encuestas tienen su origen en los Estados Unidos en las investigaciones de mercados en los sondeos de opinión ante las elecciones de la Casa Blanca. Hasta nuestros oídos nos llegan nombres como Gallup o Crossley que supieron transferir su experiencia en los estudios de mercado al campo de las elecciones electorales. Consiguieron con muestras reducidas de la población americana realizar una previsión acertada de la elección del presidente Roosevelt.

En España el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) dependiente de la presidencia del gobierno y continuador del desaparecido Instituto de la Opinión Pública –Organismo inicialmente adscrito al Ministerio de Información y Turismo, paso en 1976 a depender de la Presidencia del Gobierno- es el organismo encarado de realizar los sondeos de Opinión de la mayoría de los españoles. Los temas de estudio son de lo mas variado, desde temas de educación , región,, población, familia, medio ambiente, etc., hasta mercado de trabajo, sindicatos, ocio, delincuencia, etc., no olvidando los referidos a la política con encuestas sobre elecciones, actitudes políticas, comportamientos político, etc.

En opinión de M García Ferrado “prácticamente todo fenómeno social puede ser estudiado a través de las encuestas”. Cuatro razones avalan esta afirmación.

1. Las encuestas son una de las escasas técnicas de que se dispone para el estudio de las actitudes, valores, creencias motivos. Hay estudios experimentales en que no se conocen inicialmente las variables que intervienen y mediante la encuesta, bien por cuestionarios o por entrevista hacen posible determinar las variables de estudio.
2. Las técnicas de encuesta se adaptan a todo tipo de información a cualquier población.

3. Las encuestas permiten recuperar información sobre sucesos acontecidos a los entrevistados.
4. Las encuestas permiten estandarizar los datos para un análisis posterior, obteniéndose gran cantidad de datos a un precio bajo y en un periodo de tiempo corto.

Las encuestas se pueden realizar sobre el total de la población o sobre una parte representativa de la misma que llamaremos muestra. Una encuesta realizada al total de la población es el Censo referido al 31 de marzo de los años terminados en 1 en el que se recoge información sobre todos los censados en cada uno de los municipios disponiendo de una base de datos el Instituto Nacional de Estadística para estudios posteriores de la población, a que estos datos se van actualizando y poniendo al día para saber en cada momento la situación del país.

Exceptuado estos estudios a toda la población, las encuestas se suelen realizar sobre una muestra representativa.

Diversos motivos inducen a tomar muestras de las poblaciones, entre las que caben destacar:

- Cuando la población es muy grande.
- Por motivos económicos.
- Por falta de personal adecuado.
- Por motivo de calidad de los resultados.
- Por mayor rapidez en recoger los datos y presentar los resultados.

No obstante también se presentan unas limitaciones a la toma de muestras representativas, que se pueden resumir en:

- Cuando se necesita información de todos los elementos de la población.
- Cuando no se domina la técnica de muestreo.
- Cuando la población es muy pequeña.

1.2 . Panorámica general.

Las encuestas cuando se aplican a una muestra representativa de la población es con el ánimo de obtener unos resultados que luego puedan ser trasladados al conjunto de la población. Para poder llevar a cabo este proceso es necesario fundamentarse en la estadística que nos proporciona los cauces oportunos para que, una vez obtenidos los resultados de la muestra, podamos estimar parámetros o valores de la población con unos ciertos márgenes de error y unos niveles de confianza o probabilidad determinados.

Vamos a desglosar a grandes rasgos los pasos que siguen en la realización de una encuesta, con la finalidad de dar una panorámica general.

1. *Definir el objetivo de la encuesta.* Formulando con precisión los objetivos a conseguir, desmenuzando el problema a investigar, eliminando lo superfluo y centrado el contenido de las encuestas, delimitando, si es posible las variables intervinientes y diseñando la muestra. Se concluye la fortuna de presentación de resultados así como los costos de la investigación.

En definitiva, el primer paso es *realizar un proyecto* en donde intervengan la formulación del problema,, el presupuesto y los pasos que posteriormente se darán para obtener los resultados.

2. La *formulación del cuestionario* es fundamental en el desarrollo de una investigación, debiendo ser realizado meticulosamente y comprobando antes de pasarlo a la muestra representativa de la población.
3. El *trabajo de campo*, consistente en la obtención de los datos. Para ello será preciso seleccionar a los entrevistadores, formarlos y distribuirles el trabajo a realizar en forma homogénea.
4. Los datos obtenidos habrá que procesarlos, codificarlos tabularlos para *obtener los resultados* de la encuesta que serán presentados en el informe y que servirán para posteriores análisis.

2.3. Tipos de encuestas.

Las encuestas se pueden clasificar atendiendo el ámbito que abarcan, a la forma de obtener los datos y al contenido, de la siguiente manera:

- *Encuestas exhaustivas y parciales*: Se denomina exhaustiva cuando abarca a todas las unidades estadísticas que componen el colectivo, universo, población o conjunto estudiado. Cuando una encuesta no es exhaustiva, se denomina *parcial*.
- *Las encuestas directas e indirectas*. Una encuesta es *directa* cuando la unidad estadística se observa a través de la investigación propuesta registrándose en el cuestionario. Será *indirecta* cuando los datos obtenidos no corresponden al objetivo principal de la encuesta pretendiendo averiguar algo distinto o bien son deducidos de los resultados de anteriores investigaciones estadísticas.
- *Encuestas sobre hechos y encuestas de opinión*. Hay un tipo de encuestas cuya misión es averiguar lo que es el público en general piensa acerca de una determinada materia o lo que considera debe hacerse en una circunstancia concreta. Estas encuestas se denominan de opinión y tuvieron su origen en los Estados Unidos. Se realizan con un procedimiento de muestreo y son aplicadas a una parte de la población ya que una de sus ventajas es la enorme rapidez con que se obtienen los resultados.

No obstante las encuestas de opinión no indican necesariamente lo que el público piensa del tema, sino lo que pensaría si le planteásemos una pregunta a ese respecto, a que hay6 personas que no tienen una opinión formada sobre lo que les pregunta y contestan con lo que dicen los periódicos y las revistas. A veces las personas encuestadas tienen mas de una respuesta a una misma pregunta dependiendo del marco en que se le haga la encuesta y por consecuencia las respuestas que se dan no tienen por que ser sinceras habiendo casos en que los encuestados responden lo que “mas se lleva”.

Las encuestas sobre *hechos* se realizan sobre acontecimientos ya ocurridos o hechos materiales en los que el encuestado contesta de forma concreta.

2. EL CUESTIONARIO.

2.1. Concepto.

El cuestionario es un conjunto de preguntas sobre los hechos o aspectos que interesan en una investigación y son contestados por los encuestados. Se trata de un instrumento fundamental para la obtención de datos.

El cuestionario se debe redactar una vez que se ha determinado el objetivo de la encuesta se han desarrollado los objetivos específicos, de tal modo que las preguntas que se hagan respondan a la información que se desea obtener. No debe precipitarse el investigador en la confección del cuestionario porque es la pieza esencial en la obtención de los fines propuestos.

El cuestionario hace que todos los encuestados se encuentren en la misma situación psicológica, y además, que sus respuestas pueden ser comparadas. Para hacer un buen cuestionario la experiencia juega un gran papel ya que se ha considerado como un “arte” la confección de un cuestionario.

El cuestionario se puede presentar bajo dos esquemas:

- *Cuestionario individual.* Es el que el encuestado contesta de forma individual por escrito y sin que intervenga para nada el encuestador. Se suele enviar por correo y se presenta en forma de boletín o cuadernillo en donde se enumeran las preguntas dejando espacio para cada contestación.
- *Cuestionario-lista.* Es cuestionario es preguntado por al encuestador en una entrevista por uno de los especialistas de la investigación. En una entrevista el encuestador va preguntando al encuestado, anotando las respuestas en unas hojas que contienen una especie de cuadrículas, reservando una columna cada pregunta y una fila a cada uno de los encuestados.

Se puede añadir un tercer tipo consistente en las escalas sociométricas que son unos cuestionarios especiales en donde las preguntas tienen atribuido un valor numérico que permite cuantificar los resultados, midiendo su cliente intelectual o su rendimiento.

El resultado de una encuesta depende en gran medida del cuestionario de la forma de presentarlo, ya que las respuestas no pueden ser mejores que las preguntas pues si estas no son claras, ni precisas o capciosas, las respuestas serán oscuras, imprecisas ambiguas.

Un buen cuestionario deberá favorecer la recogida de la información necesaria y facilitar la exportación de los resultados. Para ello se debe cuidar la naturaleza de las preguntas, la manera de presentarlas, el orden al formularlas, etc.

2.2. Tipos de preguntas.

Un cuestionario esta formado por una serie de preguntas. Si estas están formuladas adecuadamente, el cuestionario será validos.

Las preguntas se debe hacer de tal forma que las respuestas que se ofrezcan reúnan dos condiciones imprescindibles, el de ser excluyentes y exhaustivas para que de esta forma el encuestador no pueda elegir dos respuestas a la misma pregunta, y al mismo tiempo, que en las respuestas se presenten todas las posibilidades para que ningún encuestado la deje sin contestar por no encontrar la respuesta.

Una primera clasificación del tipo de preguntas en cuanto a la contestación del encuestado son: preguntas *abiertas* y *preguntas cerradas*. Las primeras son aquellas cuya respuesta no viene especificada en el cuestionario, dejando libertad al encuestado para que conteste según su criterio.

Las preguntas cerradas son aquellas que contienen la respuesta, pudiendo dividirse entre aquellas que tienen solo dos posibles respuestas como sexo, si o no, etc. Y aquellas preguntas de elección múltiple llamadas también “de cafetería” que incluyen varias respuestas posibles para elegir una.

Cuando el entrevistado responde con sus propias palabras, se denomina abierta y cuando el entrevistado responde con palabras del entrevistado seleccionado una, es cerrada.

Como se deben formular las preguntas, con respuesta abierta o cerrada? Mucho se ha hablado sobre esta cuestión que dependerá de los objetivos de la investigación, del nivel de información de los encuestados, del grado en que el tema ha sido pensado por los entrevistados, de la motivación de la población y de la situación de la población.

El primer factor mencionado, el objetivo de la investigación, es el que marcará el tipo de pregunta ya que si se trata de clasificar a los encuestados utilizara la pregunta cerrada, pero si quiere conocer los motivos de las respuestas que presenten, deben hacerse preguntas abiertas. A veces el investigador querrá obtener la opinión de los encuestados, pero si estos no están informados, contestaran de forma ambigua siendo difícil su clasificación posterior, haciendo en este caso inútil la pregunta de respuesta abierta y siendo necesario formularse la pregunta de respuesta cerrada. Cuando a los entrevistados se les pregunta sobre un tema actual conocido. Es mejor la pregunta cerrada y por el contrario cuando el tema esta poco difundido es mejor la pregunta abierta porque de lo contrario el encuestado seleccionara una respuesta al azar para no quedarse en “off” aunque no sepa ni lo que diga.

Cuando la investigación es exploratoria no se puede conocer de antemano las respuestas que se van a dar y es aconsejable la respuesta abierta.

Cuando se tratan de estudios poco ambiciosos o en situaciones bien definidas la pregunta aconsejable es cerrada.

En general un cuestionario que nos sirva para estudios de la población deberá contener preguntas abiertas y cerradas en la medida que el investigador. El objetivo y los medios económicos así lo determinen.

Las preguntas también las podemos clasificar en función de su contenido, destacando:

- *Preguntas de identificación:* Edad, sexo, profesión, nacionalidad, etc.
- *Preguntas de hecho:* Referidas a acontecimientos concretos, Ejemplo Tiene coche?.
- *Preguntas de acción:* Referidas a actividades de los encuestados, ejemplo: Utilizo el tren el año pasado?
- *Preguntas de información:* Para conocer los conocimientos de los encuestados, ejemplo: Sabe lo que es el SIDA?
- Preguntas de intención: Para conocer la intención de los encuestado, ejemplo Va usted a cambiar de coche en los próximos años?
- *Preguntas de opinión:* Para conocer la opinión de los encuestados, ejemplo Que hará cuando termine sus estudios?

Otra clasificación de las preguntas es atendiendo a su función en el cuestionario, destacando.

- *Pregunta de filtro:* Son aquellas que se realizan previamente a otras para a los que no les afecte. Ejemplo. Tiene coche?, piensa comprarse uno?

- *Preguntas de trampa o control:* Para describir la intención con que se responde. Se incluyen respuestas contradictorias con lo que se pregunta para ver si el encuestado cae en ellas.
- *Preguntas de introducción o rompehielos:* Para comenzar el cuestionario o para enlazar un tema con otro.
- *Preguntas muelle, colchón o amortiguadoras:* son preguntas sobre temas peligrosas o inconvenientes formuladas suavemente.
- *Preguntas batería:* Conjunto de preguntas encadenadas unas con otras completamente.
- *Preguntas embudo:* Se empieza por cuestiones generales hasta llegar a los puntos esenciales.

Las preguntas del cuestionario deben de formularse en un lenguaje claro, comprensible por los encuestados, no incluyendo palabras demasiado técnicas que puedan hacer al encuestado se encuentre en “inferioridad” y se predispongan a contestar mal o incluso negarse.

Es conveniente tener en cuenta a la hora de formular un cuestionario, los siguientes aspectos:

1. Que resulte cómodo a los encuestados, evitándoles consultar ficheros o buscar datos que no se tengan a mano ya que podrían producirse respuestas incorrectas o inexactas.
2. Que las preguntas sean formuladas de forma precisa para evitar distintas interpretaciones, no ejerciendo influencia en la respuesta.
3. Dejar poca iniciativa al encuestado, evitando en lo posible las preguntas dejen demasiada iniciativa al encuestado ya que se suele responder mal y de forma imprecisa. No obstante, cuando las necesidades del estudio lo requieran se deben admitir las preguntas abiertas.

Estos aspectos intentan encuadrar la información de preguntas pero queda a criterio del investigador elegir el camino mas apropiado.

Podemos sintetizar aquí unas reglas fundamentales que servirán a los “nuevos investigadores escolares” en su trabajo:

1. Las preguntas han ser pocas (no mas de 30)
2. Las preguntas preferencialmente cerradas numéricas.
3. Redactar las preguntas con lenguaje sencillo.
4. formular preguntas en forma concreta y precisa.
5. Evitar utilizar palabras abstractas y ambiguas.
6. Preguntas cortas.
7. Las preguntas formularlas en forma neutral.
8. En las preguntas abiertas no dar ninguna opción alternativa.
9. No hacer preguntas que obliguen a esfuerzos de memoria.
10. No hacer preguntas que obliguen a consultar archivos.
11. No hacer preguntas que obliguen a cálculos numéricos complicados.
12. No hacer preguntas indiscretas.
13. Redactar las preguntas de forma personal y directa.
14. Redactar las preguntas para que se contesten en forma directa e inequívoca.
15. Que no levanten perjuicios e los encuestados.
16. Redactar las preguntas limitadas a una sola idea o referencia.

17. Evitar preguntas condicionadas con palabras que conlleven una carga emocional grande.
18. Evitar estimular una respuesta condicionada. Es el caso de preguntas que presentan varias respuestas alternativas y una de ellas va unida a un objetivo tan altruista que difícilmente pueda negarse.

1.4. Preparación del cuestionario.

La preparación del cuestionario ocupa un lugar preferentemente en el trabajo de investigación siendo un arte el construir un buen cuestionario basándose principalmente en la experiencia adquirida en la realización de encuestas. No obstante es necesario unos conocimientos fundamentales que vamos a intentar reflejar describiendo una serie de etapas.

- a) *Formulación de la hipótesis.* Una vez conocido el objetivo general de la encuesta los objetivos específicos, es necesario establecer las hipótesis generales y las hipótesis específicas para poder determinar que se pretende medir, que se pretende conocer en cada una de las preguntas y como se va a aprovechar la información. Sabiendo esto, dará una homogeneidad a las preguntas, pudiendo ser formuladas en forma precisa, encaminadas a la confirmación o no de la hipótesis de partida.
- b) *Determinación de variables.* Todo trabajo de investigación va referido a un tema que es la variable general; De ahí se obtendrán las variables intermedias que servirán de guía para la redacción del cuestionario su planificación.
- c) *Planificación del contenido del cuestionario.* Planificar el contenido de un cuestionario es establecer la estrategia para que las respuestas que se obtengan vayan encaminadas a medir las variables de la encuesta.

Se deberá especificar el tipo de preguntas más adecuadas, el número de las mismas el orden y su disposición en el cuestionario, teniendo en cuenta las características de la población estudiada y si el cuestionario será individual o cuestionario-lista. Por último, se debe prever la presentación de los resultados.

La colocación de las preguntas en el cuestionario es también de gran atención por parte del investigador, no debiendo comenzar el cuestionario con preguntas difíciles, evitando la monotonía y el cansancio en el encuestado, intercalando preguntas intrascendentes en sitios estratégicos y siendo el número de preguntas necesario para el logro de los objetivos propuestos.

- d) *Redacción de preguntas.* Después de todas las consideraciones anteriores hay que redactar las preguntas: tarea difícil, pero llena de imaginación, sentido común y humildad. Una vez redactado el cuestionario es aconsejable aplicarlo a un colectivo para “depurarlo” y modificar aquellos vocablos que no estén lo suficientemente claros o para matizar alguna pregunta cuya respuesta no sea lo suficientemente satisfactoria.

Cuando la redacción de las preguntas es definitiva su paso siguiente es como presentarlo, tanto en su aspecto técnico como material. Respecto al primero hay que tener en cuenta el proceso de tabulación, datos de identificación, etc.

En cuanto a su aspecto material hay que tener en cuenta el papel, la impresión y las notas aclaratorias. Respecto del papel habrá que distinguir si el cuestionario lo rellena el encuestado de forma individual o si lo rellena el encuestado anotando las respuestas en el cuestionario-lista. En el primer caso, el papel debe ser de buena calidad, evitando que se pueda correr la tinta o que por estar

satinado ni se escriba bien en él: en el segundo caso este factor es menos importante.

La impresión debe de ser buena, presentando el cuestionario con espacio suficiente para anotar las respuestas y utilizando unos tipos de letra lo más claro posible.

Las notas aclaratorias suelen ir al principio del cuestionario dando las instrucciones necesarias para el complementar el mismo. Con estas notas aclaratorias si e cuestionario es contestado en forma individual por el encuestado, debe acompañarse de una carta de presentación, solicitando su colaboración en la contestación del cuestionario y agradeciendo su ayuda.

1.5. LA ENTREVISTA.

Según el diccionario ideológico de Julio Casares se define la entrevista como “conferencia de dos o mas personas que concurren a un lugar destinados para tratar o resolver un negocio”

El sentido que tiene la entrevista en términos de investigación social es: <<la conferencia entre dos o más personas>> es el interrogatorio por parte del encuestado preguntándole las cuestiones referentes al estudio sociológico y el <<negocio a resolver>> es la obtención de unas respuestas sinceras y llenas de contenido.

La entrevista es el instrumento más importante de la investigación junto con la construcción del cuestionario. En una entrevista además de obtener los resultados subjetivos del encuestado acerca de las preguntas del cuestionario, se puede observar la realidad circundante, anotando el encuestador además de las repuestas tal cual salen de la boca del que contesta, los aspectos que considere oportunos a lo largo de la entrevista.

La entrevista, a diferencia del cuestionario que se contesta por escrito rellenado por el encuestado, tiene la particularidad de ser mas concreta pues las preguntas formuladas de forma contundente por el encuestador, no dejan ambigüedades, es personal y no anónima, es directa porque se pregunta al encuestado y es inmediata porque no se deja tiempo al encuestado para consultar las respuestas.

La entrevista es un procedimiento cómodo y económico para obtener datos referentes a la población facilitados por los individuos y que nos sirven para conocer la realidad social. Estos datos se podrían obtener através de la observación pero serían subjetivos de los investigadores, resultando más costosa su obtención. Se puede decir que los individuos son donantes de una información, que no va a ser tratada de forma individual sino colectiva, tendente a conocer una realidad de toda la población.

Las entrevistas se pueden clasificar atendiendo a su grado de estandarización en entrevista con cuestionario y entrevista sin cuestionario. La primera es la que se ha comentado anteriormente siendo la base de una encuesta, mientras que la segunda es previa a la confección del cuestionario.

Cuando se quieren obtener las primeras informaciones sobre la formulación del objeto de la encuesta, es necesario realizar la entrevista no dirigida, cualitativa y no estructurada que permitirá al investigador delimitar el problema a resolver. Para llevar a cabo esta labor no existe un cuestionario al que ajustarse quedando al arbitrio del investigador el número de preguntas, la forma de hacerlas, el contenido de las mismas y el orden en formularlas. Este tipo de entrevista va dentro del proyecto a una encuesta.

La entrevista estandarizada realizada con cuestionario se realiza de forma oral, planteando el entrevistador las preguntas y anotando las respuestas dadas por el

encuestado de entre las alternativas formuladas como posibles respuestas. Reduce la espontaneidad del sujeto pero aumenta la fiabilidad de los resultados, permitiendo comparar las respuestas dadas a la misma pregunta por sectores de la población y cuantificar los resultados.

En relación con el cuestionario individual la entrevista tiene una serie de ventajas entre las que destacamos:

- La entrevista permite obtener una información más completa.
- La entrevista se puede aplicar tanto a individuos alfabetos como analfabetos.
- Se obtiene mayor número de respuestas que con los cuestionarios individuales enviados por correo.
- En la entrevista se recogen tanto las respuestas del encuestado como la información complementaria aportada por el investigador.
- Mientras que un cuestionario recibido por correo puede ser olvidado o roto en el acto, a una persona hay que recibirla y atenderla, siendo más comprometido el no responder.

Como contrapartida tiene unas desventajas, alguna apuntada anteriormente y es que resulta más cara, puede tener influencia el encuestador sobre el encuestado y que al ser una entrevista personal se pierde el anonimato a la hora de contestar aunque el secreto profesional es elemento fundamental en estos trabajos.

2.3.2 Preparación y ejecución

El investigador en su proyecto de la encuesta ha delimitado la muestra y seleccionado a las personas que han de visitar los encuestadores. Es conveniente que los encuestadores anuncien su visita, se identifiquen y expliquen el motivo de su visita. Además deberá concertar una cita con el entrevistado en un momento en que pueda atenderle sin prisas y en un estado relajado.

La entrevista se realizará en un lugar que facilite el diálogo, a ser posible alejado del ruido y que proporcione una intimidad que asegure el anonimato de sus respuestas.

El entrevistador además de mostrarse amable, educado y simpático debe explicar el motivo de la encuesta y destacar el carácter confidencial y anónimo de su información.

En ningún momento el entrevistador dará la sensación de estar efectuando un interrogatorio, ni tan siquiera un examen, evitando en todo momento comentarios a las respuestas. Se debe mantener el orden de preguntas que figura en el cuestionario, enlazando unas con otras con alguna palabra congruente y dando a los encuestados la percepción de la relevancia de las preguntas, mostrándose interesado en las respuestas que da, no haciendo descansos entre pregunta y pregunta y dándole una cierta rapidez a la entrevista. En todo momento debe abstenerse a contestar a preguntas que le formule al entrevistado acerca de lo que opina él. Cuando las preguntas son abiertas, deberá anotar fielmente lo que dice el entrevistado por absurdas que puedan ser sus respuestas, no dejando entrever su sensación personal.

Cuando el entrevistador se dé cuenta que las preguntas que formula le son contestadas bien con mentiras o bien con tonterías, deberá hacerle ver que éste es su trabajo y que no está ahí para perder el tiempo. Si el entrevistado no rectifica su postura, lo más coherente es dar por finalizada la entrevista y abandonar el lugar, haciendo

constar por escrito lo allí ocurrido para unirlo al cuestionario y ser tenido en cuenta a la hora del resultado de la investigación.

Esta clase de realización de las entrevistas aplicándola a la muestra, recibe el nombre de trabajo de campo que es llevada a cabo por un equipo de encuestadores, resultando en opinión de la mayoría de los investigadores, una fase complicada y difícil, llena de problemas individuales.

Un investigador no puede llevar a cabo en solitario esta labor por lo que necesita un equipo de encuestadores que lleven a cabo este trabajo de campo, misión tan delicada que ha habido ocasiones que han aniquilado el objeto de la encuesta. Generalmente los encuestadores introducen un sesgo que hay que tener en cuenta en el análisis de los resultados. Depende en buena medida del resultado del trabajo de campo el que una investigación sea positiva, debiendo realizarse con celeridad, soltura y calidad.

Para que el trabajo de campo cumpla los requisitos indicados, es necesario controlar todas las actuaciones de los entrevistadores, tanto en llevar a cabo las instrucciones generales de los cuestionarios como en que se realicen las entrevistas a las personas seleccionadas en el diseño de la muestra. Este control será ejercido por inspectores encargados de verificar cuanto está desarrollado en el proyecto de investigación.

2.3.3 Los encuestadores

Los encuestadores son personas destinadas a realizar la entrevista formulando al encuestado las preguntas del cuestionario y anotando sus respuestas.

El trabajo no continuado de estas investigaciones hace casi imposible mantener un equipo de agentes encuestadores y entrevistadores. Además al variar el marco de las encuestas y el tamaño de la muestra a entrevistar hace que para cada trabajo particular se reclute el número necesario de encuestadores.

Las personas a las que suele contratar deben poseer una cultura suficiente, discreción, no desempeñando otro trabajo que pueda menoscabar los resultados de la encuesta. La mayoría de los agentes contratados suelen ser estudiantes universitarios o graduados en para que reúnen las características señaladas.

Una vez designados los agentes encuestados o entrevistadores deben recibir una formación a cargo del organismo o empresa que los contrata. Esta formación es doble, por un lado recibirán una formación general en la que se le incluirán los principios del método de muestreo y de en cuestión así como la forma de presentarse a realizar las entrevistas, los útiles que deben llevar, la forma de contactar con los encuestados, el cómo llevar la entrevista, la forma de anotar las respuestas y la forma de despedirse. La formación particular irá dirigida sobre el objetivo de la encuesta, los resultados esperados y modo de realizar el trabajo de campo, la formulación de preguntas y dificultades que pueden presentarse.

Los agentes encuestadores, en definitiva, deberán poseer unas cualidades específicas que detallamos:

- *Cualidades éticas:* Que les impida rellenar ellos mismos los cuestionarios con respuestas ficticias para acabar antes su trabajo. Al mismo tiempo que les impida sugerir la respuesta a los indecisos para ganar tiempo, que les impida completar las preguntas en blanco. Además deberá tener paciencia cuando el interrogatorio se explaye, saber aguantar con decoro los malos modales de algún entrevistado o tener que

volver repetidas veces a un mismo domicilio hasta encontrar a la persona designada en la encuesta. Debe pues ser una persona equilibrada.

- *Cualidades sociales:* el encuestador debe de ser una persona educada y correcta, no siendo extremado en su vestir ni en su vocabulario, apartándose de las excentricidades de modo que no se note en ningún medio. Además no debe mostrar asombro ante ningún tipo de respuestas por raras que resulte.
- *Cualidades técnicas:* en primer lugar conocer a fondo el método de la encuesta por muestreo, para poder responder con soltura a las preguntas que la persona interrogada pueda formularle. Además, conocer la técnica del interrogatorio que le permita: hacer el interrogatorio evitando la presencia física de otras personas, no influir en la respuesta del encuestado, repetir las preguntas cuando el encuestado no las haya comprendido, saber descubrir las contradicciones en que incurra el encuestado, saber anotar las respuestas. Por último el encuestador debe conocer la materia sobre la que versa la encuesta.

2.4. MANEJO DE LOS CUESTIONARIOS

2.4.1. Codificación

Una vez cumplimentados los cuestionarios, viene la fase del recuento de las respuestas. Cuando éstas son numéricas no hay ninguna dificultad –caso de la edad, número de hijos, etc.-; pero cuando las preguntas han tenido una contestación no numérica, es preciso traducir estas respuestas a números. Esto se conoce con el nombre de codificación.

La codificación ha adaptarse al sistema técnico utilizado para la obtención de resultados de la encuesta. Cuando la tabulación sea manual le podremos asignar el número que queramos a las respuestas no numéricas pero cuando se procesa mediante ordenador habrá que seguir las instrucciones del técnico informático.

La forma de codificar inicialmente es muy fácil pues en una pregunta con varias respuestas como la siguiente, cabría asignar los números 5, 4, 3, 2 y 0 para su codificación.

¿Cómo ve usted el estado actual de la Universidad?

Muy bien	_____	5
Bien	_____	4
Regular	_____	3
Mal	_____	2
Muy mal	_____	1
No sabe/ No contesta	_____	0

Cuando las preguntas son abiertas el procedimiento que se sigue para cerrarlas es anotar las respuestas dadas en una serie de cuestionarios, analizar su contenido y anotar los términos o conceptos comunes a varias respuestas. Cuando todas las respuestas se pueden incluir en los posibles grupos establecidos, habremos conseguido cerrar las preguntas. A continuación se codificará esta pregunta.

2.4.2. Comprobación

La comprobación de los cuestionarios consiste en examinarlos detenidamente para descubrir todos los errores u omisiones que pueden tener y tratar de <<corregirlos>>.

Son innumerables los errores que aparecen al comprobar los cuestionarios, que van desde defectos cometidos por el encuestador que se reflejan en las respuestas, hasta contestaciones, ilegibles, pasando por cifras inexactas. De todos los errores que se destacan al comprobar los cuestionarios los hay que se pueden subsanar fácilmente y los hay que no, por eso veras más adelante que en las encuestas se trabaja con un margen de error admisible.

En los dos tipos de encuestas aquí descritos, el de cuestionario complementado directamente por el individuo y el relleno por el encuestador durante la entrevista, siempre nos encontramos con un número de cuestionarios o que bien no son devueltos en el primer caso o que no se puede efectuar la entrevista en el segundo, siendo mayor el número de no contestados en el primero que en el segundo caso.

La no contestación de los cuestionarios implica que posiblemente el grupo de individuos que no responden está en contra del contenido de la misma y el resultado obtenido de los cuestionarios cumplimentados se vería afectado de haberse podido computar las contestaciones de los no encuestados introduciendo así un error. Error que no podrá disminuirse aumentando el tamaño de la muestra para reemplazar a los que no contestan, siendo recomendable insistir, bien por recordatorios enviados por correo o con nuevas visitas para reducir el número de cuestionarios no contestados. Cuando no se puede disminuir, entonces se recomienda formar una pequeña muestra de los que no contestan para que obteniendo una respuesta de éstos, se pueda conocer lo que contestaría el resto del grupo.

2.4.3. Elaboración

Se puede distinguir entre la elaboración manual, elaboración por máquinas tabuladoras y elaboración por medio de equipos electrónicos. En el primer caso los cuestionarios se clasifican según o varias características, formando lotes homogéneos (por sexo, por edad, etc.) contando después las unidades y formando los totales para cada pregunta.

La elaboración mediante máquina tabuladora consiste en máquinas formadas, por un número determinado de contadores independientes entre sí y accionados cada uno de ellos por una tecla que pulsada registra una unidad en el contador correspondiente. Por último cuando se utilizan equipos electrónicos y una vez codificados los cuestionarios, al aplicarles un programa informático adecuado se pueden obtener totales, porcentajes, etc. para cada pregunta, pudiendo correlacionar unas preguntas con otras para obtener posteriores aplicaciones.

Este proceso de elaboración de los cuestionarios puede realizarse en dos fases distintas. Cuando la encuesta afecta a una gran extensión de la población, como pueden ser las encuestas de Presupuestos Familiares, se dispone por parte del INE de una primera fase de operaciones preliminares realizadas <<in situ>> que comprenden la codificación y depuración de los cuestionarios de esta forma los encuestadores que se encuentran más cerca de los encuestados y conocen con mayor exactitud el marco del entorno social donde se ha aplicado el cuestionario interpretan las respuestas dudosas, deducen las equivocaciones, etc. por el contrario la descentralización tiene el inconveniente de que la formación del personal es menos homogénea y se actúa con criterios distintos en los casos dudosos.

En una segunda fase, ya centralizada, se procesan todos los datos, obteniendo los resultados definitivos.

Cuando la encuesta afecta a sectores pequeños de la población o cuando la muestra sea pequeña se recomienda realizar todo el trabajo de elaboración de los resultados de forma esterilizada.

2.4.4. Control de los resultados

El paso último es confeccionar las tablas numéricas simples o de doble entrada para presentar los resultados, pero antes de ser publicados exigen una revisión previa de los resultados, verificando su fiabilidad y validez.

Un procedimiento para comprobar la seguridad de un cuestionario es aplicarlo repetidas veces a las mismas personas en un plazo breve de tiempo controlando las respuestas, de esta forma se determina la fiabilidad.

La validez se comprueba viendo si los resultados obtenidos se ajustan a la realidad circundante. Una forma de asegurar los resultados y por tanto la validez de una encuesta es reduciendo al mínimo todo tipo de errores.

El control de los resultados, cuando se elaboran manualmente, debe de llegar al control contable comprobando los resultados totalizados.

2.4.5. Divulgación de los resultados

Una vez obtenidos los resultados de la encuesta, conviene hacerlos públicos de la forma que mejor se considere. Si la encuesta ha sido realizada en un marco de referencia muy grande como la Encuesta de Presupuestos Familiares, conviene aprovechar los mismos medios de difusión utilizados en la propaganda previa. Cuando se trata de encuestas de opinión, que son generalmente encargadas por periódicos, emisoras de radio, etc. ellos mismos se encargan de divulgar los resultados citando la Ficha técnica utilizada en la encuesta.

2.5. PASOS A SEGUIR EN LA ELABORACIÓN DE UNA ENCUESTA

Si en tu clase queréis organizar una encuesta y queréis obtener unos buenos resultados, debéis adaptarlos al siguiente esquema que siguieron los autores del informe Foessa de 1970 y que completó el sociólogo García Ferrando, adaptándola el que suscribe.

Para todo esto, contad con la colaboración de vuestro profesor, formad un equipo coordinador de la encuesta y grupos de trabajo para realizar cada cometido. Animo y adelante.

Pasos a seguir en la elaboración de una encuesta:

1. Definición del problema y discusión del diseño, de esta forma, quedará formulado el problema que vamos a desarrollar.
2. Programación y planificación de la encuesta, incluyendo los objetivos a cubrir y la metodología a utilizar, es decir, redactar un proyecto acompañado de su presupuesto.
3. Organización del trabajo con la formación de los grupos de trabajo y la designación del equipo coordinador.

4. Cómo manejar los cuestionarios, elaborar los resultados, tabularlos, verificarlos, etc.
5. Selección de los entrevistadores formando los equipos que se encargarán de las entrevistas para cumplimentar el cuestionario.
6. Borrador del cuestionario, utilizando para ello un fichero de preguntas posibles estudiando la manera de formularlas.
7. Diseñar la muestra estudiando el tipo de muestreo a realizar, cómo se va a distribuir y cómo se va a aplicar.
8. Se establecerá un plan de análisis con las técnicas apropiadas, los índices y las variables, así como los cálculos y las tablas.
9. Una vez confeccionado el cuestionario hacer una prueba con él, cumplimentándolo todo el equipo más algunas personas de fuera para eliminar las preguntas dudosas o reformar otras, cambiando el lenguaje utilizado. Esto se llama ensayar el cuestionario o hacer un Pre-test.
10. Una vez modificado el cuestionario se hace definitivo, pasando a imprimirlo y dando instrucciones a los encuestadores sobre la forma de llevarlo a cabo.
11. Planificar el trabajo de campo, estableciendo los equipos de entrevistadores y detallando los días que van a utilizar, las rutas a seguir y el costo que va a representar.
12. A los entrevistadores se les explicará el trabajo a realizar mediante cursillos y se les asignará las tareas específicas a realizar.
13. realización del trabajo de campo, estableciéndose las entrevistas y el control de las mismas.
14. Recopilación de los cuestionarios con los informes correspondientes de los entrevistadores, anotando si ha habido algo especial. También se comprobarán los cuestionarios.
15. Se organizará el trabajo so se va a hacer mediante ordenador, estableciéndose los códigos y claves correspondientes.
16. Se codifican los cuestionarios.
17. Se procesan por el ordenador utilizando programas adecuados o bien se elaboraran manualmente.
18. Se realizan los cálculos en porcentajes y demás para obtener las tablas con los resultados.
19. Se interpretaran las tablas de resultados con comentarios y discusión de los resultados, preparando un informe.
20. Se comprobará la hipótesis establecida y se dará por finalizada la investigación sacando las conclusiones que se estime conveniente.

- **MODELO 1**

Evaluación del profesor:

1. Conocimiento de la materia: 0-1- 2-3-4
2. Planifica las actividades de aprendizaje: 0-1-2-3- 4
3. Utiliza materiales y técnicas adecuadas: 0-1-2-3-4
4. Motiva a los estudiantes: 0-1-2-3-4
5. propone y realiza evaluaciones realistas: 0-1-2-3-4
6. Mantiene el efectivo control de la clase: 0-1-2-3-4
7. Justicia e imparcialidad con los estudiantes: 0-1-2-3- 4
8. Apariencia general personal: 0-1- 2-3-4

9. puntualidad y consistencia: 0-1-2-3-4
10. Relación con los alumnos: 0-1-2-3-4

▪ **MODELO 2**

Encuesta para evaluar a tus padres:

1. Capacidad de entrega: 0-1-2-3-4
2. Comprensión: 0-1-2-3-4
3. Confianza en si mismo: 0-1-2-3-4
4. Naturalidad: 0-1-2-3-4
5. Autoridad: 0-1-2-3-4
6. Confianza en sus hijos: 0-1-2-3-4
7. Respeto a la opinión ajena: 0-1-2-3-4
8. Justicia: 0-1-2-3-4
9. Espíritu de colaboración: 0-1-2-3-4
10. Afán de superación: 0-1-2-3-4
11. Rectitud de criterio: 0-1-2-3-4
12. Capacidad de iniciativa: 0-1-2-3-4

▪ **MODELO 3**

Encuesta para opinar sobre las asignaturas de tu curso.

1. Curso en el que estas matriculado _____
2. Edad _____
3. Sexo: Varón _____ Hembra _____
4. Asignatura que más te gusta _____
5. Asignatura que menos te gusta _____
6. Asignatura que te resulta más sencilla _____
7. Asignatura que te resulta más complicada _____
8. Asignatura que quitarías _____
9. Asignatura que pondrías _____
10. ¿Eres partidario de ir al colegio de 9 a 2 y no ir por la tarde?
Si _____ No _____
11. Cuánto tiempo dedicas a estudiar?
Más de dos horas diarias _____
Dos horas diarias _____
De 1 a 2 horas diarias _____
1 hora diaria o menos _____
Cuando puedo _____
Sólo en época de exámenes _____
12. El nivel de enseñanza de tu clase es:
Alto _____
Medio _____
Bajo _____
13. En general, ¿Cómo consideras la relación profesor-alumno?
Buena _____

Regular_____

Mala_____

No existe_____

14. ¿Cuál es la mayor dificultad que encuentras para llevar a buen término el curso? _____
