

ENCUESTAS Y ENTREVISTAS EN INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Univ. Quispe Pari Doris Joselin¹
Univ. Sánchez Mamani Griselda²

RESUMEN

El diseño de encuestas es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios o entrevistas a una población (grupal o individual,) con el propósito de recabar información de diferentes variantes de la realidad o para sugerir una hipótesis.

Los tipos de encuestas más utilizados son la encuesta verbal cuyo método es la entrevista y la encuesta escrita que emplea como instrumento el cuestionario, que consiste en un documento con listado de preguntas.

El encuestador debe ser el que formule y ejecute la pregunta, la cual debe estar realizada con precisión y no ser improvisada.

La encuesta debe adaptarse a todo tipo de personas, sin discriminación de ninguna índole. Una de las técnicas más utilizadas es la técnica del muestreo que consiste en tomar a una o más personas representativas de una población para que se pueda generalizar los resultados obtenidos con la encuesta o la entrevista.

Para lograr mejores resultados y el éxito de la encuesta se deben fijar de manera comprensible los objetivos y determinar la encuesta al tipo de persona a la cual se realiza.

Las preguntas más sobresalientes que se emplean al encuestado son: las preguntas abiertas. El encuestado se expresa libremente y da amplia información, mientras que las preguntas cerradas proporcionan al encuestado varias opciones de respuesta de las cuales solo se elige una.

PALABRAS CLAVE

Encuesta, entrevista, cuestionario.

¹ Univ. Tercer Año Facultad de Odontología UMSA
² Univ. Tercer Año Facultad de Odontología UMSA

DEFINICIÓN

La encuesta es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios y entrevistas de manera verbal o escrita que se hace a una población, ésta generalmente se hace a un grupo de personas y pocas veces a un solo individuo, el propósito es el de obtener información mediante el acopio de datos cuyo análisis e interpretación permiten tener una idea de la realidad para sugerir hipótesis y poder dirigir las fases de investigación. Se deben complementar con otros métodos permitiendo el seguimiento de resultados inesperados validando otros métodos y profundizando en las razones de las respuestas de las personas.¹

PERFIL DEL ENCUESTADOR

El perfil del encuestador corresponde a una persona amable, activa, capaz de hacer la encuesta dinámica y no pesada, además debe tener la capacidad de conectarse al encuestado, demostrarle que puede confiar en él para conseguir la cooperación deseada.

El encuestador debe formular las preguntas y éstas deben realizarse con precisión y no ser improvisadas, en el caso de realizar un cuestionario o entrevista el que dirige es el encuestador.

TIPO DE ENCUESTAS

- ❖ Encuesta estructurada: La encuesta está compuesta de una lista de preguntas que se formulan a todos por igual.
- ❖ Encuesta no estructurada: Permite al encuestador modificar las preguntas de acuerdo a las respuestas que se vayan dando.
- ❖ Encuesta verbal.- En este tipo de encuesta se utiliza el método de la entrevista, donde existe una interacción verbal entre encuestado y encuestador permitiendo tener una respuesta directa.
- ❖ Encuesta escrita.- Se utiliza como instrumento el cuestionario, consiste en un documento con un listado de preguntas, que se realiza a una población determinada.²

TÉCNICAS DE LAS ENCUESTAS

Las técnicas de las encuestas se deben adaptar a todo tipo de personas poblaciones, edad, sexo, cultura o idioma sin ninguna discriminación.

Técnicas del muestreo

El muestreo se puede aplicar a poblaciones grandes, lo cual nos permite no encuestar a todos los integrantes de esa población, buscando un número representativo de personas que nos den la información que buscamos, evitando inducciones de elección que nos podrían llevar a sesgos en el análisis de datos.

Para lograr mejores resultados y el éxito de la encuesta se deben fijar de manera comprensible los objetivos; delimitar el tipo de persona a quienes se va a aplicar y de ser posible determinar el nivel de cultura, profesión y otros atributos como la edad, sexo, nivel socioeconómico y grado de escolaridad de las personas a quienes se aplicará la encuesta.

Las preguntas que se van a formular deben ser preguntas convenientes al tipo de persona, para que las respuestas sean concretas y acordes a la información que se desea obtener, evitar en lo posible deformaciones en dichas respuestas tanto del encuestador como de la persona que es la fuente de información.

Se debe señalar con la mayor objetividad posible los recursos humanos financieros y materiales que se requieren para su realización, además de establecer plazos para la presentación de resultados llevando un control periódico del avance a fin de saber si el ritmo de la ejecución es el adecuado³.

TIPOS DE PREGUNTAS

Las preguntas que se pueden realizar al encuestado son:

a) Pregunta abiertas.- El encuestado puede expresarse libremente por lo cual se da una amplia información sobre el tema a investigar, dicha amplitud puede complicarnos un poco en el proceso de codificación de la información. Este tipo

de preguntas se utilizan para recoger información cuando hay gran cantidad de posibles respuestas.

- b) Preguntas de profundización.-** Es una técnica estándar para obtener una respuesta amplia y concreta a una pregunta abierta. Esta técnica debe ser utilizada por los entrevistadores o encuestadores en forma rutinaria, como preguntas de seguimiento a preguntas abiertas hasta que el encuestado no tenga nada más que añadir a la respuesta.
- c) Pregunta de clarificación.-** Permite obtener una explicación más clara de la respuesta a una pregunta abierta.
- d) Preguntas dicótomas cerradas.-** Es uno de los tipos más básicos de preguntas utilizadas, donde la respuesta del encuestado es simplemente Si o No.
- e) Preguntas cerradas.-** Este tipo de pregunta consiste en proporcionar al encuestado varias opciones de respuestas de las cuales solo pueda elegir una. Esta técnica es ventajosa por que pueden ser procesados por el encuestador más fácilmente.
- f) Pregunta bipolar.-** Es considerada usualmente la mejor forma de evaluar atributos en pruebas de productos, proporciona una dirección general en cuanto a sus mejoras. A menudo se toma como patrón de comparación un producto competitivo útil para comparar con los productos alternos.
- g) Pregunta hedonista.-** Es una forma de medir la preferencia global de un producto, esencialmente se refiere a sus atributos físicos. Las respuestas proporcionan sensibilidad respecto a las diferencias entre productos similares.
- h) Preguntas sobre preferencias.-** Es una forma lógica en la que el encuestador puede recoger información de la mayoría de los productos, éste tipo de preguntas tiende a influir al encuestado el sentido de escoger, tomando en cuenta las diferencias ya sean pequeñas o grandes pero que sean perceptibles entre los

productos. Pueden dar como resultado preferencias del encuestado.

- i) **Preguntas de ordenamiento de rango.-** Estas preguntas no miden los intervalos entre los ítems ordenados, porque supone que el encuestado está atento y es lo suficientemente conocedor para ordenar por sí solo los productos en rangos, si los ítems son en número extenso puede ser incómodo para el encuestado.
- j) **Preguntas de diferencias semánticas.-** Este tipo de preguntas contienen pocas pistas verbales, esto teóricamente puede ser confuso para algunos encuestados si no se les explica con claridad los detalles.
- k) **Preguntas en batería.-** Son una serie de preguntas relacionadas entre sí y que se supeditan unas de las otras.
- l) **Preguntas de control.-** Estas preguntas son las que nos indican si el encuestado nos está mintiendo o no.

RECOLECCIÓN DE DATOS

Los datos para la encuesta se obtienen mediante dos métodos de investigación, los cuales son el cuestionario y la encuesta.

EL CUESTIONARIO

Es una lista de preguntas que se propone al encuestado con el fin de llegar al objetivo previsto.

Para empezar la elaboración de un cuestionario se redacta una carta al encuestado acompañada del cuestionario donde se solicita su cooperación y agradeciendo de antemano su participación, en seguida estarán las instrucciones para responder el cuestionario.

Elaboración de un cuestionario

Al inicio se debe recordar el uso de un lenguaje apropiado, la confección de las preguntas deben estar hechas de acuerdo al grado de conocimiento del encuestado, las cuales son formuladas adecuadamente y relacionadas con el tema de investigación.

En lo posible la elección de las respuestas alternativas deben ser en un número pequeño y para esto es recomendable el uso de una pregunta cerrada, porque al realizar una pregunta abierta, la respuesta no será breve.

La redacción de las preguntas se debe realizar en la forma más sencilla y claramente posible, es recomendable que la pregunta tenga contenida una sola idea, para que el cuestionario sea dinámico y no aburrido. El número de preguntas se debe simplificar lo mínimo posible, además se deberá cuidar la disposición de las preguntas poniendo primero las preguntas más interesantes y posteriormente las más complicadas, no olvidar poner las preguntas de alivio que ayudan a cambiar de tema cuando es necesario.

En todo el recorrido de la elaboración del cuestionario evitar las preguntas innecesarias, ambiguas, intelectuales, irritantes y conducentes, es decir que sugieran la respuesta.

Aplicación del cuestionario

El cuestionario puede ser aplicado al encuestado de diferentes maneras, es así que se tienen las siguientes formas de aplicación:

- a. **Aplicación directa:** Donde el encuestador puede explicar los objetivos de la investigación, también responder dudas y aclarar las preguntas del cuestionario. Es la forma preferida del encuestador, es de gran utilidad cuando el cuestionario es respondido por personas que trabajan o viven juntas en el mismo lugar, así el encuestador usa un mínimo de su tiempo y dinero en la recolección de la información.
- b. **Aplicación por correo:** La ventaja más sobresaliente es el ahorro del tiempo, el encuestado no se ve presionado por el encuestador. Además puede aumentar la confiabilidad, la honestidad y la franqueza por anonimato, su única restricción es llegar a un público limitado y la baja tasa de respuestas que se tiene al enviar por correo.

Con todo lo mencionado anteriormente se puede imaginar la importancia del buen

planteamiento y la buena elaboración del cuestionario, de acuerdo a la forma en que este instrumento se elabore y se redacte dependerán los resultados del éxito requerido, porque ninguna encuesta podrá obtener buenos resultados con un cuestionario mal planteado, ambiguo o impreciso.

Para la buena elaboración y construcción del cuestionario se debe tomar en cuenta lo siguiente:

En la elaboración del instrumento:

Realizar las respuestas de acuerdo a las necesidades requeridas, ordenando las preguntas en relación a su pertinencia y tener cuidado con la formulación incorrecta de las preguntas.

Respecto al orden de los reactivos: Las preguntas difíciles de contestar por la honestidad del encuestado deben ir al final, cuando se haya ganado su confianza, se podrá repetir dos a tres veces, aquellas preguntas que posean la misma información pero con diferente redacción, este control permitirá detectar si el encuestado es honesto o está mintiendo.⁴

LA ENTREVISTA

Consiste en la comunicación verbal entre el entrevistador y entrevistado con el fin de obtener datos. Debe ser previamente diseñada en función al tema de estudio, a la vez de ser planteada por el entrevistador, "Según Kerlinger (1997), la entrevista del tipo estructurada será mejor que los cuestionarios auto-administrados para sondear el comportamiento de las personas, sus intenciones, sus emociones, sus actitudes y sus programas de comportamiento".⁵

Características de la entrevista

1. **Entrevista estructurada.-** Donde el encuestador proporciona a cada encuestado la misma serie de preguntas previamente elaboradas, el orden debe mantener coherencia de pregunta a pregunta. El cuestionario auto administrado es un tipo de entrevista estructurada.

2. **Entrevista semiestructurada.-** Es una entrevista formal donde el encuestador utiliza una guía de entrevista, que es una lista de preguntas y temas, ambos de manera ordenada que serán tratados durante la entrevista, donde el encuestador generalmente sigue la guía pero puede desviar su trayectoria cuando siente que esto sea apropiado dependiendo de las respuestas durante la conversación.

3. **Entrevista no estructurada.-** En éste tipo de entrevista hay un tiempo determinado para hablar, el encuestador debe tener en mente un plan claro para llegar a su objetivo, el encuestador no tiene una guía definida, en su lugar realiza las preguntas al obtener respuestas y puede expresarse a su manera y libremente. Las preguntas que se realizan en este tipo de entrevista son las preguntas abiertas.

Fases de la elaboración de una entrevista

Preparación de la entrevista.- En toda entrevista es fundamental que el entrevistado se sienta a gusto y tenga una buena impresión del entrevistador. Para ello, el entrevistador debe contar con una buena disposición y conocer el guión de preguntas que aplicará, evitar la impresión de improvisación.

El lugar donde se realizará la entrevista debe estar alejado de fuentes de ruido e interrupciones, para facilitar la comunicación.

Ejecución de la entrevista

Una vez iniciada la entrevista, si el entrevistador no fuese conocido por el entrevistado, éste debe dar a conocer los objetivos y la justificación de la realización de la entrevista, recalando la confidencialidad de los datos que aporte.

El entrevistador no debe dar su opinión y justificación, evitar las discusiones.

Ventajas y desventajas

Ventajas.- Se puede recoger información de personas de bajo nivel cultural., es posible obtener mayor información que con los cuestionarios en preguntas difíciles y existe menor pérdida de información.

Desventajas.- No se mantiene el anonimato, como en los cuestionarios; es necesaria una preparación de los encuestadores para que los resultados sean fiables e implica una gran inversión de tiempo.

<http://translate.google.com.ar/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://www.quares.org/HomeSemi-3629.html>. Fecha de acceso: 21 de junio de 2011

BIBLIOGRAFÍA

1. Valda J. Técnica y Metodología de investigación Administrativa aplicados a la gerencia de empresas; La Paz-Bolivia "Editorial Estigma Editores". 1ª edición Noviembre 2003 : 34-41
2. Linares M La investigación en ciencias sociales y jurídicas 1ª edición Sucre-Bolivia "Editorial Túpac Katari" Sucre-Bolivia Enero1995:62-70.
3. Buendía, L., Colás, P. y Hernández, F. *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. Madrid: McGraw-Hill. 1998:120.
4. María Gloria Acuña. M. Educación Tecnológica. URL disponible en: <http://www.slideshare.net/Mgam/la-encuesta>. Fecha de acceso: 9 de junio de 2011.
5. Kerlinger, F. Investigación del comportamiento. México, D.F.: McGraw-Hill. 1997.: 502
6. C.N. Crece negocios. URL disponible en: <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-encuesta/>. Fecha de acceso: 9 de junio de 2011.
7. Escuela Politécnica Nacional. Unidad de apoyo al politécnico emprendedor. Diseño de Encuestas. URL disponible en: http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:hYOv7-SiGNEJ:www.educacion.gov.ec/_upload/GuiaparaelDiseniodeEncuestas.doc+guia+para+el+dise%C3%B1o+de+encuestas&hl=es&pid=bl&srcid=ADGEEsG37psZfXg1TW-ultZgrW7gJZra4i6iKKLRg4jTpN7S_Cksc aaH4i7GaNB4LP7VMzu5EkKO5CrnWix OoFKg85dLt9Fb6SzsMQuNAC1tI8lflig7R MbhSSdzMVT72UNBVqmRHER6&sig=AHIEtbTuyMD_w_JWHsyNRaZfQ00wZtEjvA. Fecha de acceso: 10 de junio de 2011.
8. Wood Johnson R Foundation-Cohen D, Crabtree. "Pautas de Investigación cualitativa del proyecto". URL disponible en: