

EL CUESTIONARIO

Sumario

- 3.1. El cuestionario: características y funciones
- 3.2. La forma de las preguntas abiertas y cerradas
- 3.3. Ventajas y desventajas comparativas de las preguntas abiertas y cerradas
- 3.4. Tipos de preguntas según información que indagan
- 3.5. Detalles acerca de la construcción de cuestionarios
- 3.6. El procesamiento de los datos
- 3.7. Ejemplo de un cuestionario

Objetivos específicos

Al finalizar el estudio del capítulo, el estudiante será capaz de:

1. Describir las funciones que cumple el cuestionario dentro del proceso de investigación.
2. Explicar la importancia de discriminar entre las preguntas de la investigación y las del cuestionario.
3. Especificar las etapas básicas de la construcción del cuestionario para su óptimo funcionamiento.
4. Explicar las diferencias que existen entre preguntas cerradas y abiertas, y sus ventajas comparativas.
5. Señalar los principales errores que deben evitarse al confeccionar los cuestionarios.
6. Establecer las relaciones críticas que existen entre el cuestionario y los procesos de codificación y procesamiento electrónico de los datos.

Resumen

En este capítulo se explican las características del cuestionario y las funciones básicas que cumple. Se distingue entre interrogantes de la investigación y preguntas; a su vez, se destaca la importancia práctica de esta distinción. Igualmente, se diferencia entre preguntas abiertas y cerradas y se comentan las ventajas y desventajas de ambos tipos. Se indica una serie de detalles por considerar en la elaboración de cuestionarios.

3.1. EL CUESTIONARIO: CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES

La obtención de información relativa a características y comportamientos puede hacerse, básicamente, de dos formas: observando directamente o preguntando acerca de ellas a los informantes calificados. En la práctica, gran parte se recoge usando métodos de interrogación; esto sucede, por un lado, porque el control de las condiciones necesarias para que el método de observación funcione bien no siempre pueden lograrse y, por otro, porque aplicados con habilidad y cuidado, los procedimientos de interrogación y entrevista son capaces de producir información pertinente y de buena calidad que, de otra forma, no podría obtenerse o lo sería a un costo muy elevado.¹

El uso de la técnica de interrogación contempla dos pasos básicos: a) la preparación de un cuestionario donde aparecen las preguntas de interés –con espacio para anotar las respuestas– y b) la aplicación del cuestionario a los informantes, ya sea por entrevista personal, telefónica, enviándolo por correo, siguiendo la modalidad autoadministrada sea, individual o por grupos, o más modernamente, haciendo contacto con los sujetos y obteniendo la información por internet.

Ambas etapas son esenciales y merecen una atención cuidadosa, ya que recibir respuestas confiables, por medio de la aplicación de cuestionarios, es un problema de comunicación complejo y difícil. Multitud de factores condicionan la situación: el grado de dificultad de las preguntas (y del tema) y la medida en que tocan asuntos íntimos o

1. Cuando interesa estudiar opiniones o grado de información sobre un tema, la observación resulta poco útil y la única vía es la indagación mediante preguntas específicas. La otra opción, pero más bien cualitativa, es el uso de análisis de contenido, siempre que los sujetos o las organizaciones estudiados hayan producido documentos u otros materiales donde se manifiesta su opinión sobre el tema en cuestión.

considerados amenazantes por los entrevistados, el vocabulario empleado y el nivel de información del entrevistado, la apariencia y actitud del entrevistador y la presencia de otras personas cuando la entrevista es cara a cara, los valores del informante y su sentido de autoestima, etc. Por ello, la construcción de un buen cuestionario y su correcta aplicación se convierten en la columna vertebral de una encuesta.²

3.1.1. Las funciones del cuestionario

Los cuestionarios son un buen ejemplo, común y corriente, del proceso que se sigue en una investigación, para definir en términos prácticos, y operacionalizar y especificar las variables de interés.

Ahora bien, ¿cuáles son las funciones específicas que cumple el cuestionario en un estudio?, básicamente son tres:

- a) Traducir las necesidades de la investigación a preguntas adecuadamente formuladas, que permitan obtener respuestas válidas y confiables, las cuales suministren los datos requeridos para cumplir los objetivos de la encuesta.
- b) Guiar la entrevista y ayudar al entrevistador en la tarea de motivar al sujeto para que participe con interés y seriedad, y comunique la información requerida con sinceridad y exactitud, dentro de un ambiente de confianza y tranquilidad.
- c) Facilitar, por medio de un diseño apropiado y ciertos recursos formales, el correcto registro de las respuestas y las etapas siguientes de codificación y procesamiento de los datos.

Para cumplir la primera función, el cuestionario debe obtener información *pertinente, válida y confiable* y, para lograrlo, la construcción no puede ser el primer paso. Antes de comenzar a formular las preguntas que lo componen, el investigador tiene la obligación de enterarse, lo más extensamente posible, del problema por estudiar, de examinar exhaustivamente los datos existentes sobre este y elaborar una lista de temas o interrogantes básicos, los cuales debe responder la encuesta. El proceso para reunir esta lista de temas puede ser largo y complejo, y ser necesaria una labor cuidadosa y paciente de selección. Si se excluyen preguntas clave, puede limitarse o echarse a perder la investigación y, por otra parte, dado que el cuestionario tiene necesariamente una extensión

2. El rol crítico que juega el cuestionario, en una encuesta, queda más claro si se nota que una omisión o una falla en el diseño muestral, o en otra etapa del proceso, generalmente son subsanables mediante un nuevo contacto con el entrevistado o con ciertos ajustes en la oficina; sin embargo, una falla en el planteamiento o redacción de las preguntas y en el contenido del cuestionario es prácticamente imposible de corregir una vez realizado el trabajo de recolección, excepto haciendo las entrevistas de nuevo.

y duración razonables, por motivos de costo de la entrevista, tiempo disponible de los entrevistados, cansancio del informante, etc.; no es conveniente incluir preguntas innecesarias o de poca importancia para el problema central que se desea investigar.

La única excepción a este requisito de *pertinencia* son las preguntas de “calentamiento”, las cuales se sitúan al principio para “romper el hielo” y crear un clima que facilite la comunicación con el informante y mejore su disposición a colaborar. Otra excepción podrían ser las preguntas de transición, usadas en algunas oportunidades para pasar fácilmente de un tema a otro muy diferente o con alguna característica especial.³

Además de la pertinencia, un cuestionario debe reunir dos cualidades fundamentales: *confiabilidad* y *validez*. Una pregunta es *confiable* si, al ser aplicada a los mismos individuos, en condiciones esencialmente iguales, en diversas oportunidades, da lugar a respuestas similares; y reúne la cualidad de ser *válida* si las contestaciones reflejan lo que realmente se quiere medir.

La segunda función se refiere a que el cuestionario gobierna la entrevista; el vocabulario usado, la redacción concreta y el orden de las preguntas, así como la forma como discurre, son esenciales para lograr la motivación del entrevistado y mantener su interés; por consiguiente, facilitan la labor del entrevistador y contribuyen a que el sujeto suministre información válida y confiable.

En cuanto a la tercera función, es conveniente señalar que la información recogida en una encuesta debe expresarse en códigos numéricos y presentarse, detallada por el entrevistado, en un archivo electrónico de datos, susceptible de ser leído y procesado por una computadora, usando una hoja de cálculo o un paquete estadístico. Normalmente, este proceso implica dos pasos básicos: codificación de las respuestas y digitación de los códigos.

a) El cuestionario facilita este proceso porque: (1) las preguntas cerradas aparecen “precodificadas” —es decir, con un código numérico ya asignado para cada opción— de manera que, al registrarse la respuesta, esta queda con el código correspondiente; (2) cuando se codifican las abiertas, los códigos se anotan al margen de la respuesta y (3) centralizar toda la información en un mismo documento permite hacer la digitación en una forma sencilla y estandarizada, siguiendo el orden de aparición de las preguntas en el cuestionario.

3. Una trampa que debe evitar el investigador o responsable de preparar el cuestionario son las sugerencias, de personas bien intencionadas, de temas que pueden ser “interesantes”, pero que no son “pertinentes” para los objetivos de la encuesta.

3.1.2. Preguntas de la investigación y del cuestionario⁴

Es conveniente hacer una distinción fundamental entre las *preguntas de la investigación* y lo que se denomina *preguntas del cuestionario*. Por pregunta de investigación se entiende una preocupación básica, una interrogante que debe aclararse; son más complejas y abarcadoras que las del cuestionario, esto es así porque las del estudio, con gran frecuencia, se relacionan con conceptos, con abstracciones que no son observables o medibles de forma directa y, usualmente, contienen varios componentes. En cambio las del cuestionario con frecuencia se refieren a un atributo específico directamente medible.

Por lo general, una interrogante no puede ser planteada de manera directa a los entrevistados, sino que requiere ser traducida en una o en varias preguntas para formularlas (*preguntas del cuestionario*). Gran parte de los temas de las encuestas, por muy sencillos que parezcan a los investigadores, necesitan traducirse con el fin de ser entendidas y respondidas por los informantes.

Resumiendo, aparte de la complejidad del tema, la traducción obedece a diferentes razones entre las que pueden citarse:

- a) Las interrogantes de la investigación son de tipo abstracto y para estudiarlas deben trasladarse a términos concretos.
- b) Existen problemas de lenguaje que provocan dificultades de comprensión e impiden un planteo directo.
- c) Los entrevistados no son capaces de percibir y estructurar el tema en forma global o tienen dificultades para verbalizar y transmitir la percepción.
- d) La desconfianza, el temor, la tendencia a proteger el ego o la imagen, el afán de prestigio o sentimientos similares, pueden hacer al entrevistado falsear las respuestas si se plantea directamente la interrogante.
- e) La investigación aborda situaciones, actitudes o comportamientos con un gran componente inconsciente, de manera que los sujetos, aunque quisieran cooperar, no están en capacidad de dar respuestas útiles a consultas directas.

Un ejemplo de esta necesidad de traducir la interrogante de la investigación se da con frecuencia cuando se desean medir actitudes como autoritarismo, liberalismo, machismo, lealtad de un cliente a una marca, etc. Así, suponga que se desea determinar dónde se ubica una persona en un esquema ideológico de izquierda-derecha; una posibilidad es pedirle que se ubique a sí misma, como a menudo se hace, en un esquema de izquierda-derecha

4. Esta sección se aprovechan las ideas aparecidas en la parte inicial del capítulo 2 del libro Encuestas en la Sociedad de Masas (Noelle, E.). A pesar de haber sido publicado en 1963, contiene procedimientos útiles actualmente.

que abarcaría siete niveles de gradación entre ambos extremos: extrema derecha, derecha, centro-derecha, centro, centroizquierda, izquierda, extrema izquierda.

La autoubicación tiene el inconveniente de que muchos no podrán hacerlo por desconocer el sentido de los términos "derecha" e "izquierda", y otras rehusarán porque simplemente no desean revelar su posición ideológica. Una alternativa más apropiada sería que el investigador plantee, al entrevistado, una serie de preguntas sobre aspectos como la inevitabilidad de las desigualdades económicas, la propiedad privada de los medios de producción, la intervención del Estado en la economía y el rol del mercado, la necesidad de orden en la sociedad, etc. Luego, con las respuestas a esas preguntas, construye una escala y se obtiene un valor numérico, este resumen permite ubicar a las personas y asignarles una posición ideológica en la dimensión izquierda-derecha.

Un caso interesante se presentó hace algunos años, cuando se quería determinar si las personas consideraban caro el servicio telefónico (de línea fija) por la suma que debían pagar como derecho o prima de instalación, o más bien por la cantidad mensual o recibo por pagar de acuerdo con el uso del aparato. Este gasto lo miden los técnicos en lo que llaman impulsos y, lógicamente, el recibo cobrado es una función del número de ellos originados por el aparato durante el mes. Para aclarar esta interrogante, se confeccionó un cuestionario en el que aparecía la pregunta:

"¿En su opinión el servicio telefónico resulta caro por la prima o por los impulsos?"

0. No tiene teléfono
1. No es caro
2. Por la prima
3. Por los impulsos
7. No sabe
9. No responde
8. Otra (especifique): _____

En este caso, lo que se incluyó en el cuestionario fue la *interrogante de la investigación* sin ningún tipo de traducción. Obviamente, como lo demostró la prueba del cuestionario, la gran mayoría de las personas no entendía la pregunta, y menos el asunto de la prima y de los impulsos; en consecuencia, pedían muchas explicaciones, lo cual afectó sensiblemente el desarrollo de la entrevista y el trabajo de las entrevistadoras; además, las respuestas fueron, en muchos casos, confusas. Debido a esta experiencia, se procedió a traducir y se hicieron las siguientes interrogantes:

P4. ¿Tiene usted teléfono en su vivienda?

1. SÍ (PASE A P6)
2. NO

P5. ¿Ha hecho solicitud para que le instalen teléfono en su vivienda?

1. SÍ (PASE A P6) 2. NO

P5A. ¿Por qué no ha hecho solicitud? _____

9. NS/NR⁵

P6. ¿En su opinión, la suma que se cobra como derecho o prima para la instalación de un teléfono, ¿es muy alta, alta, razonable o más bien baja?

1. Muy alta 2. Alta 3. Razonable 4. Baja 9. NS/NR

P7. Y la tarifa mensual que cobra el ICE por el servicio, ¿la considera usted elevada, razonable o baja?

1. Elevada 2. Razonable 3. Baja 9. NS/NR

Como puede notarse, para abordar apropiadamente la interrogante, debió traducirse a cinco preguntas que sí podían ser entendidas y respondidas por el sujeto.

Por las razones antes citadas, el investigador debe evitar incluir las *interrogantes de la investigación* directamente en el cuestionario sin asegurarse antes de que son comprendidas y respondidas de manera adecuada por el entrevistado. Si existe alguna duda, lo apropiado es traducirlas a preguntas del cuestionario.

3.2. LA FORMA DE LAS PREGUNTAS: ABIERTAS Y CERRADAS

Una distinción fundamental entre las preguntas de un cuestionario está en si son o no estructuradas y en el grado de libertad que se permite al entrevistado en sus respuestas. Así, existen preguntas cerradas y preguntas abiertas, y se dan también tipos combinados o, en cierta forma, intermedios.

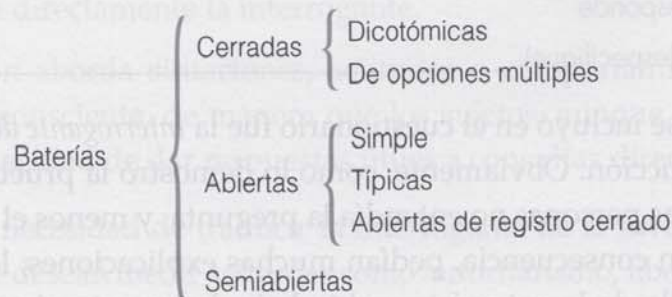


Figura 3.1. Preguntas abiertas y cerradas

5. La abreviatura NS/NR indica que la persona no sabe responder o simplemente opta por no hacerlo, y es de uso muy extendido en lugar de la expresión completa: "no sabe, no responde". En ciertas oportunidades, cuando interesa diferenciar al que no sabe del que no quiere responder, se usan códigos diferentes para estos dos tipos de respuestas: Por ejemplo 8. NS y 9. NR.

3.2.1. Preguntas cerradas

Las preguntas *cerradas* son aquellas cuyas opciones de respuesta posibles se hallan limitadas o fijadas de antemano. La redacción y el procedimiento concreto de interrogación establecen, desde el principio, dentro de qué opciones se encuentran las respuestas consideradas válidas. Las preguntas pueden ser dicotómicas –solo dos opciones– o bien presentar una serie de elecciones, de las cuales el entrevistado debe tomar una según su postura o con la situación que se indaga.

Los siguientes son ejemplos de preguntas cerradas. Las dos primeras son del tipo dicotómico, mientras que las otras son de opción múltiple, es decir, ofrecen varias respuestas aunque el entrevistado solo puede escoger una.

La pregunta B11 es dicotómica, pero el entrevistado puede decir que no lo conoce, no tiene opinión sobre él (NS) o rehusarse a responder (NR). Si eso sucede, la respuesta se acepta y se registra bajo el código correspondiente. Puede ser, también, que diga regular y en este caso se sondea para determinar si se inclina más hacia “favorable” o “desfavorable”. Si no se decide, se marca NS. En este caso, otra posibilidad es incluir la opción regular en las lista para marcar las respuestas, pero no ofrecerla explícitamente como una opción.

P10. ¿Posee usted automóvil? 1. SÍ 2. NO 9. NS/NR

B11. ¿Hablando de Ottón Solís, candidato del PAC, usted diría que tiene de él una opinión favorable o desfavorable?

0. No lo conoce 1. Favorable 2. Desfavorable 9. NS/NR

SOCT2. ¿Económicamente hablando, considera usted que el país está mejor, igual o peor que hace cinco años?

1. Mejor 2. Igual 3. Peor 9. NS/NR

P15. ¿En qué categoría de las que aparecen en esta tarjeta se encuentra el ingreso mensual de su familia? (ENTREGAR LA TARJETA- ENCERRAR EN UN CÍRCULO EL CÓDIGO DE LA CATEGORÍA INDICADA

–RECOGER LA TARJETA).

1. Menos de 100 mil colones

2. Entre 100 y 199 mil colones

3. Entre 200 y 299 mil colones

4. Entre 300 y 399 mil colones

5. Entre 400 y 499 mil colones

6. Entre 500 y 749 mil colones

7. Entre 750 mil y un millón de colones

8. Entre 1 millón y 1 millón 499 colones

9. Entre 1 millón y medio y 2 millones de colones
 10. Más de 2 millones de colones

Si no conoce ingreso familiar o no quiere decirlo, marque código correspondiente

88. NS 99. NR

Conviene señalar que en la tarjeta utilizada en la pregunta anterior, solo aparecen los códigos de 1 a 10. Las categorías 88. NS (No sabe) y 99. NR (No responde), no se incluyen por razones obvias, pero sí aparecen en el cuestionario a fin de que el entrevistador pueda registrar si el entrevistado no conoce la respuesta o rehúsa contestar a la pregunta.⁶

Algunas veces, se plantean preguntas cerradas que aceptan más de una respuesta –respuestas múltiples– un ejemplo es la siguiente:

INT11. ¿En qué lugares ha usado internet en el último mes? (PUEDE MARCAR VARIOS)

01. En la casa 02. En el trabajo 03. Lugar donde estudia
 04. Café internet 05. Centro comercial 06. Lugar de comidas
 18. Otro (especifique): _____

En este caso, el entrevistado, al responder, puede mencionar un solo lugar, dos o aún tres, el entrevistador debe marcarlos todos o anotarlo bajo “otro”, si no está dentro de las opciones previstas.

Es importante que esta pregunta de respuesta múltiple no se confunda con las de opciones múltiples, en las cuales se presentan varias opciones pero solo una es aceptable (casos como SOCT2 y P15 arriba).

3.2.2. Batería de preguntas

En ciertas situaciones, interesa indagar varias dimensiones de un cierto tópico o determinar las opiniones o actitudes respecto a una lista de personas, objetos, conceptos o productos, y hacerlo con un esquema de interrogación estandarizado, es decir, que sea el mismo para cada objeto o dimensión. Esto busca no solo simplificar la interrogación sino también permitir una comparación válida de las respuestas.

Para abordar este problema, se utiliza lo que se denomina, en la práctica, una *batería*, o sea, un bloque de preguntas elaboradas con el mismo formato y usando como referencia

6. Es importante señalar que, en todos los casos, los cuestionarios deben tener códigos para registrar los casos en los cuales el entrevistado no sabe responder (NS) o no quiere hacerlo (NR). En ciertas ocasiones, de acuerdo con las necesidades, se distingue entre ambas respuestas, pero lo usual es usar un solo código etiquetado NS/NR.

iguales opciones, lo que varía, de pregunta a pregunta, es la dimensión, persona u objeto al cual se alude.

Seguidamente, se presentan dos baterías: una, utilizada para indagar la opinión favorable o desfavorable sobre los principales candidatos presidenciales en las elecciones del 2010; y otra, orientada a evaluar el grado de confianza en un grupo de instituciones que fueron actores y jugaron un papel importante en la campaña del referéndum sobre el TLC del 2007. En esta última, las opciones forman, a su vez, una escala que va de ninguna a mucha confianza.

B1. Cambiando de tema. Voy a leerle los nombres de algunas figuras públicas y quiero que usted me diga si las conoce y qué opinión tiene de ellas: favorable o desfavorable. Si usted no las conoce lo suficiente para opinar sobre ellas por favor me lo indica. Empecemos con (LEER) ¿Usted diría que tiene de él una opinión favorable o desfavorable?

		No lo conoce	Favorable	Desfavorable	NS/NR
B13	Otto Guevara	0	1	2	9
B15	Luis Fishman	0	1	2	9
B14	Ottón Solís	0	1	2	9
B15	Laura Chinchilla	0	1	2	9
B16	Óscar López	0	1	2	9

TR1. Ahora dígame, ¿cuánta confianza le tiene usted, en términos generales, a (LEER NOMBRE INSTITUCIÓN) mucha, alguna, poca o ninguna?

		Mucha	Alguna	Poca	Ninguna	NS/NR
TR11	La Asamblea Legislativa	4	3	2	1	9
TR12	Al gobierno	4	3	2	1	9
TR13	Al Tribunal Supremo de Elecciones	4	3	2	1	9
TR14	Al ICE	4	3	2	1	9
TR15	A los partidos políticos	4	3	2	1	9
TR16	A la Sala Cuarta	4	3	2	1	9
TR17	Al periódico La Nación	4	3	2	1	9

En las baterías existe cierto riesgo en cuanto al orden como se evalúan las figuras, instituciones, productos, etc., de que pueda sesgar o influir en alguna forma en las respuestas. Para controlar este efecto, una práctica muy común es rotar sistemáticamente la disposición de lectura de la lista de los elementos evaluados conforme se realizan las entrevistas.

Las respuestas a las escalas también puede ser afectadas y sesgadas, por una tendencia del sujeto a responder sistemáticamente de igual manera, sin importar el contenido de la pregunta o ítem. Esto puede tener diferentes orígenes: a) tendencia personal a responder siempre afirmativamente (por ejemplo: sí, bueno, de acuerdo); b) tendencia a escoger, regularmente la primera opción mencionada o la última, por pereza o ignorancia acerca del tema; c) tendencia a dar respuestas consideradas socialmente deseables, y a no revelar una opinión, actitud o conducta reputada como no aceptable.

El investigador debe estar muy atento a la posibilidad de que este problema se presente en su estudio, y tratar de tomar algunos cuidados para evitarlo o reducirlo. Un primer paso, es asegurarse de que las preguntas o ítems tengan una redacción clara, precisa y sean relativamente cortos, y así se facilite su lectura y comprensión para el entrevistado. Otro, muy utilizado, es cambiar el sentido o dirección de algunos.

El siguiente es un ejemplo en el cual se observa, en los ítems C y E, que el orden de lectura y anotación de las respuestas es contrario de los otros tres.

Q3. Pensando ahora en la ciudad de Alajuela. Usted diría que Alajuela es una ciudad (LEER CADA PARAJE DE ADJETIVOS EN EL ORDEN INDICADO):

NS/NR

- | | |
|--------------------------------------------|--------------------------------------|
| A. <input type="checkbox"/> Limpia 1 9 3 | <input type="checkbox"/> Sucia |
| B. <input type="checkbox"/> Bonita 1 9 3 | <input type="checkbox"/> Fea |
| C. <input type="checkbox"/> Triste 3 9 1 | <input type="checkbox"/> Alegre |
| D. <input type="checkbox"/> Ordenada 1 9 3 | <input type="checkbox"/> Desordenada |
| E. <input type="checkbox"/> Insegura 3 9 1 | <input type="checkbox"/> Segura |

3.2.3. Preguntas abiertas

Las preguntas abiertas se plantean de manera que permitan una respuesta libre, no limitada a alternativas preestablecidas, por ejemplo:

PA2. Pasando a otro tema. ¿Para usted qué significa tener éxito en la vida? (SI PREGUNTA SI ES ÉXITO ECONÓMICO, DÍGALE QUE ES ÉXITO EN GENERAL)

_____ 9. NS/NR

PLG2. Y por lo que usted ha observado, en el barrio o comunidad donde reside, con quien dejan los hijos pequeños las mujeres cuando se van a trabajar (sondeo: ¿quién se los cuida?) _____

En el caso de PA2, se trata de una abierta típica, la cual requiere un razonamiento y una explicación, mientras que en PLG2 se tiene una abierta simple, la cual pide, básicamente, indicar hechos o información que, por lo general, no requieren mayor explicación.

En la práctica, un uso muy común de la pregunta abierta es colocarla después de una cerrada, con el fin de conocer el marco de referencia o las razones en las que descansa la respuesta de la cerrada. Un ejemplo es el siguiente:

B5. Ahora, pensando en Costa Rica, ¿usted diría que sería muy bueno, bueno, malo o muy malo, para el país que Liberación Nacional vuelva a ganar las elecciones presidenciales en el 2010?

1. Muy Bueno

2. Bueno

3. Regular

4. Malo

5. Muy Malo

9. NS/NR

PB5A. ¿Por qué piensa así? _____

9. NS/NR

3.2.3.1 Pregunta abierta con registro cerrado

También hay una variante de la pregunta abierta, en la cual se mantiene su naturaleza (no se limita a la forma de responder) pero se establece que la respuesta debe ser clasificada por la entrevistadora dentro de un grupo de opciones preestablecidas, las cuales aparecen anotadas en el cuestionario. Este tipo se denomina *abierta de registro cerrado* o *anotación cerrada*. Un ejemplo lo constituye la pregunta P8, que aparece seguidamente:

P8. ¿Cuál es la razón principal por la que prefiere la marca de arroz Liberia?, ¿después de esa cuál otra? (NO LEA OPCIONES. MARQUE LA RESPUESTA EN LA PRIMERA MENCIÓN, O ESCRÍBALA TEXTUALMENTE AL PIE EN "OTRAS RAZONES", SI NO APARECE EN LA LISTA. LUEGO PIDA LA SEGUNDA RAZÓN Y PROCEDA EN IGUAL FORMA)

CÓDIGO	PRIMERA RAZÓN	SEGUNDA RAZÓN	
01 Sabor	sabor rico	Queda más suelto al cocinar	01 02
02 Queda suelto	suelto	tiene buen sabor	02 01
03 Limpio	el arroz viene limpio	Grano menos quebrado	03 04
04 Grano entero	trae grano más entero	Se ve limpio	04 03
05 Olor	tiene buen olor/no huele feo	Rinde más	05 08
06 Blanco	es más blanco	Revienta mejor	06 07
07 Revienta	revienta bien	Viene más blanquito	07 06
08 Rinde	es rendidor	no tiene mal olor	08 05
09 Precio	tiene el mejor precio		09 09
18 Otras razones (textualmente)			

Lininger y Warwick,⁷ presentan un interesante ejemplo de los tres tipos de preguntas antes mencionados, tomando como referencia un mismo tópico: experiencia de ser víctima de una agresión.

3.2.3.2. Pregunta abierta típica (respuesta libre, sin clasificación)

- P. 47. Últimamente, existe una gran preocupación sobre el delito. ¿Durante el año pasado, ha sido usted o alguna de las personas que viven con usted, víctimas de un delito? (¿Algo más?)

3.2.3.3. Pregunta abierta de registro cerrado (respuesta libre)

- P. 47. Últimamente, existe una gran preocupación por el delito. ¿Durante el año pasado ha sido usted o alguna de las personas que viven con usted, víctimas de un delito? (¿Algo más?)

ENTREVISTADOR (NO LEA LAS OPCIONES): ENCIERRE EN UN CÍRCULO LAS CATEGORÍAS MENCIONADAS POR EL ENTREVISTADO.⁸

1. Violación del domicilio o robo
2. Le han robado de los bolsillos o arrebatado la cartera
3. Robo en su apartado postal
4. Daños o destrucción de su propiedad
5. Personas atacadas o golpeadas
6. Robo del automóvil
8. Otros (ESPECIFIQUE) _____
0. Nada (PASE A LA PREG 50)

7. C. A. Lininger y D. P. Warwick, La Encuesta por muestreo: Teoría y Práctica, CECSA (1984), pp. 168-169. Esta es la traducción de la versión en inglés publicada por McGraw-Hill en 1975.
8. Note que, en este caso, por la forma de la pregunta, se acepta más de una respuesta.

3.2.3.4. Pregunta cerrada (respuesta cerrada)

P47. Últimamente existe una gran preocupación por el delito. Aquí le presentamos una lista de los delitos más usuales (ENTREGAR TARJETA A ENTREVISTADO).

¿Durante el año pasado le ocurrió alguno de esos incidentes a usted, a una de las personas que viven con usted? (¿Puede mencionar algo que no se haya incluido en la lista?) (¿Algo más?).

TARJETA C

1. Violación del domicilio o robo
2. Le han robado de los bolsillos o arrebatado la cartera
3. Robo en su apartado postal
4. Daños o destrucción de su propiedad
5. Personas atacadas o golpeadas
6. Robo del automóvil
8. Otros (ESPECIFICAR POR FAVOR): _____

En este caso, las mismas categorías incluidas en la tarjeta aparecen en el cuestionario, así como:

8. Otros (ESPECIFIQUE) _____
0. Nada, nadie ha sido víctima de un delito (PASE A LA P50).

Como puede notarse, en el primer caso, el entrevistador lee la pregunta y registra la respuesta textualmente en el espacio que aparece al pie de esta. Puede indagar mayores detalles, pero el objetivo sigue siendo una transcripción exacta. En el segundo, solo lee la pregunta y luego trata de ajustar la información obtenida a una o más de las categorías preestablecidas. Se lee la pregunta, en el tercero, se entrega la tarjeta, el informante la consulta, responde y el entrevistador marca la respuesta en el cuestionario o la anota, si corresponde, en el espacio al lado de "otros". Luego, recobra la tarjeta y continúa con la entrevista.⁹

3.2.4. Pregunta semiabierta

En ciertas situaciones, se plantea una pregunta como cerrada, pero con la posibilidad de que el entrevistado exprese una respuesta diferente, si ninguna de las opciones ofrecidas corresponde a su manera de pensar. En este caso, se escribirá textualmente la respuesta del entrevistado en el espacio reservado para ese fin; a las preguntas de este tipo se las

9. Aunque Lininger y Warwick la catalogan como cerrada, en realidad, al permitir que se citen y se registren otros tipos de acciones delictivas no incluidas en la lista, la pregunta podría legítimamente considerarse como "semiabierta".

llama semiabiertas. La siguiente es un ejemplo de estas, empleada en un estudio de mercado:

PM18. ¿Cuándo va a comprar un pantalón de mezclilla, a qué le da usted más importancia: a la marca, a la talla, al tipo de tela, al precio o a qué?

1. Marca 2. Talla 3. Tipo de tela 4. Precio 9. NS/SR

Otra (ESPECIFIQUE): _____

3.3. VENTAJAS Y DESVENTAJAS COMPARATIVAS DE LAS PREGUNTAS ABIERTAS Y CERRADAS

Tanto las preguntas abiertas como las cerradas presentan ventajas y desventajas. Las *abiertas*, al no dar límites para la respuesta, permiten al entrevistado contestar espontáneamente y en sus propios términos, y explicitar su marco de referencia siguiendo su lógica. Sin embargo, por esa misma razón, plantean problemas de registro de la respuesta, de procesamiento y de análisis que pueden ser muy complejos. Esto ocurre porque, al generar una variedad enorme de respuestas, exigen el desarrollo de un esquema de codificación que permita clasificarlas todas en categorías útiles para el análisis estadístico y para la interpretación sustantiva. En resumen, pueden resultar muy laboriosas en su manejo y consumir mucho tiempo.

En cuanto a las *preguntas cerradas*, tienen la ventaja de formularse con rapidez y las respuestas son fáciles de registrar porque quedan clasificadas (codificadas) en el mismo momento de la entrevista. Esto hace que su procesamiento y análisis sean relativamente sencillos. Estas ventajas de tipo operativo originan, sin embargo, ciertas desventajas; una de las mayores la constituye el hecho de que pueden forzar al entrevistado a emitir juicios sobre un tema del cual todavía no generalizaría una opinión, pues hay personas sin ideas claras acerca de algunas situaciones o acontecimientos y esto no se descubre por medio de una pregunta cerrada, porque el interrogado tiene la posibilidad de señalar una de las alternativas que se le presentan por salir del paso o quedar bien. Por ejemplo, si se pregunta: ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo con el Programa de Cuido propuesto por la presidenta Laura Chinchilla?, el entrevistado puede responder que está de acuerdo y desconocer, en absoluto en qué consiste ese programa. Sencillamente, responde así para no admitir frente al entrevistador su desconocimiento sobre el tema o por alguna otra razón difícil de determinar, como el deseo de parecer una persona bien informada.

Incluso, aunque el entrevistado tenga una opinión definida sobre el tema que se le está planteando, una pregunta con alternativas fijas puede impedir una representación clara de su opinión, porque ninguna de las opciones corresponde exactamente con su

posición, pero se siente obligado a seleccionar una de ellas. Esto produce errores, en cuanto la respuesta escogida se aleja de la que habría dado el entrevistado si las opciones hubieran sido más amplias.

De acuerdo con lo anterior, si no se tiene la seguridad de que las alternativas presentadas cubren el ámbito total de respuestas probables, o una gran parte, es mejor utilizar una pregunta semiabierta o eventualmente solo una abierta.

Otro problema con las preguntas cerradas, y usualmente se pasa por alto, es que al desconocerse el marco de referencia del entrevistado, su respuesta puede ser difícil de interpretar, no captarse en su real significado o aún interpretarse erróneamente. Se sabe que una mayoría está a favor o en contra de algo, pero no porque adoptan esa posición. Por ello, una práctica usual es agregar un *por qué* a la pregunta cerrada o introducir una batería donde se indagan razones por las cuales se sospecha inciden en la respuesta a la pregunta cerrada.

Por todo lo comentado, puede ser conveniente abordar este tipo de situación de forma integral, indagando primero si el entrevistado conoce o ha oído del tema (cerrada), preguntando luego a los que conocen si están de acuerdo o en desacuerdo con lo propuesto (semiabierta) y cerrando con un *“por qué”* dirigido a conocer estas razones (abierta típica).

Aquí es pertinente señalar que las preguntas cerradas son más eficaces cuando existe un solo marco de referencia común, desde el cual contestará el entrevistado, y las posibles respuestas son conocidas, limitadas en número y claramente definidas. Así, son adecuadas para lograr información sobre hechos (edad, educación, número de hijos, ingreso, consumo de productos, etc.), para facilitar las expresiones sobre asuntos en los que las personas interrogadas tienen opiniones claras, y para investigar temas para los cuales hay teorías o hipótesis muy establecidas. Las preguntas abiertas, por su parte, son más apropiadas cuando el tema es complejo, no se conoce bien el marco de referencia de los entrevistados, las opciones relevantes de respuestas no están bien definidas o cuando el interés de la investigación reside en la exploración de un proceso o asunto poco conocido.

3.4. TIPOS DE PREGUNTAS SEGÚN INFORMACIÓN QUE INDAGAN

Otra clasificación posible de las preguntas de un cuestionario se basa en la naturaleza de las respuestas que demandan; por lo tanto, puede ser que se pida al informante o entrevistado proporcionar datos sobre *hechos* relativos a su persona, a su familia o a una organización o grupo al cual pertenece o conoce; que se le interroge acerca de *acciones*

o *conductas* ya realizadas o sus *intenciones* o *expectativas* de acción en un futuro inmediato o lejano, que se indague sobre su conocimiento sobre un cierto tópico o respecto a sus *opiniones* o *sentimientos* acerca de un tema dado. Incluso, se le puede solicitar responder a unas preguntas aparentemente sin interés específico (tipo test), pero en realidad cargadas de sentido cuando se combinan con otras similares para formar una escala que revela sus *actitudes* acerca de un cierto tema, institución o persona.

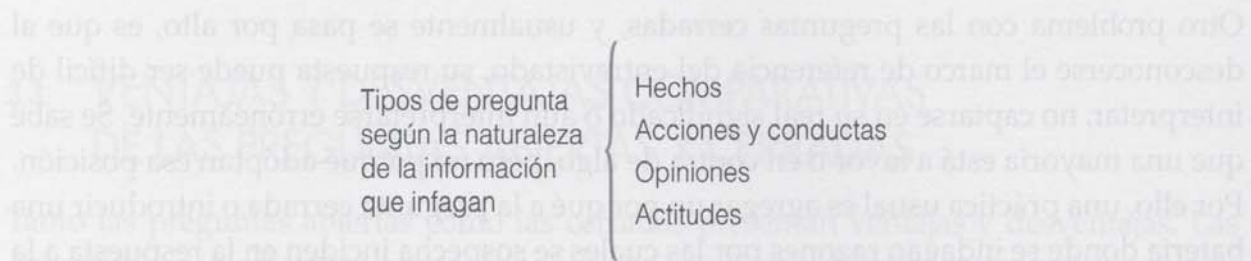


Figura 3.2. Tipos de pregunta

3.4.1. Preguntas de hechos

Las preguntas de *hechos* requieren el suministro de datos relativos a su persona, a su familia o a una organización o grupo al que pertenece o conoce. Algunas son fáciles de responder y generan contestaciones precisas, porque se indaga algo tangible sobre lo cual el informante tiene pleno conocimiento y capacidad de responder y no siente ningún temor o razón para no contestar: edad, lugar de residencia, nivel de educación alcanzado, situación marital, afiliación religiosa, actividad económica y ocupación, pertenencias de la familia, tamaño de la explotación agrícola, tenencia de teléfono celular, consumo de ciertos productos, etc. Estas preguntas buscan dar una visión demográfica y socioeconómica del grupo estudiado y determinar, en el análisis, si los comportamientos sustantivos de interés se asocian con esas variables.

Otras preguntas de hechos sí plantean problemas especiales, porque el entrevistado podría temer que proporcionar información lo perjudique de alguna forma, porque lo siente como una amenaza a su ego o estatus social o por considerarla de carácter íntimo o privado, como ejemplo de estas situaciones está la resistencia a suministrar el "ingreso familiar" o el salario y la tendencia a dar una cifra inferior a la real. También, se puede negar la existencia de pertenencias familiares o personales valiosas, o rehusar informar el partido político de simpatía y simplemente decir: eso es secreto.

3.4.2. Preguntas de acciones o conductas pasadas

Las preguntas referentes a acciones o conductas son similares a las de hechos, en la medida en que se requiere información sobre la realización de tal o cual acto y en qué sentido. Por ejemplo, en un estudio a amas de casas se preguntó: ¿cuáles de las siguientes marcas de café ha consumido usted en los últimos tres meses? Luego se fueron leyendo las marcas y para cada una se registro un SÍ o un NO, según correspondiera. En este caso, las respuestas pueden ser bastante precisas, ya que se refieren a algo concreto y a un período muy cercano.

Ahora bien, en los casos de las preguntas de este tipo enfrentan problemas, ya sea porque el momento de la encuesta está muy alejado de la acción y se dan problemas de recuerdo, o porque influye la renuencia a suministrar información que por diversos motivos se percibe como privada o confidencial: hábitos sexuales o de ingesta de licor, formas de disciplinar a los hijos, etc. En este último caso, con frecuencia se requiere un abordaje especial para superar la resistencia a informar.

Esta situación se presentó en un estudio de mercado, cuyo cuestionario incluía una sección orientada a determinar hábitos de consumo de licor en una muestra de adultos de la población general. Las pruebas señalaron que si se preguntaba directamente a las personas si habían tomado licor en el último mes, muchas lo negaban –aunque presumiblemente lo habían hecho– y una proporción importante, especialmente de mujeres y personas mayores, se molestaba porque la consideraban invasiva e irrespetuosa y adoptaban una actitud negativa y poco cooperadora en el resto de la entrevista. En vista de eso, se utilizó la siguiente pregunta para iniciar la sección:

CL1. Dígame, ¿en el último mes tomó vino, cerveza o algún otro licor?

0. No tomó (PASE Q1) 9. NR (PASE Q1)
1. Vino 2. Cerveza 3. Otro (ESPECIFIQUE) _____

La pregunta anterior, al incluir vino (un licor de cierto estatus, de ocasiones especiales y de consumidores más refinados) y cerveza (un licor más aceptado y considerado menos fuerte), “suavizó” la interrogante, la hizo menos agresiva y logró que los entrevistados aceptaran hablar del tema. Una vez obtenida esta “autorización” implícita, se siguió con las otras preguntas sobre hábitos de consumo de licor sin ningún problema.

3.4.3. Preguntas de intención

En las preguntas de intención se requiere que el individuo diga cómo actuaría si eventualmente se le presentara la ocasión. En mercadeo, por ejemplo, un punto de interés

son las intenciones de comprar un cierto producto o concepto.¹⁰ La respuesta a este tipo de pregunta es difícil, ya que es más fácil acordarse de una acción real que imaginar una teórica. ¿Estaría dispuesto a comprar este producto si se distribuye en bolsa plástica? ¿Qué carrera piensa seguir cuando termine la secundaria? ¿Por quién votaría para presidente, si las elecciones fueran el próximo domingo?, son ejemplos de este tipo de preguntas. La respuesta a una consulta de intención debe interpretarse como reveladora de una disposición del individuo interrogado, pero no como una indicación segura de que la acción la ejecutaría si realmente tuviera que actuar en un cierto momento futuro.¹¹

Una típica pregunta de intención, utilizada en encuestas políticas realizadas durante la campaña presidencial del 2010, es la siguiente:

G10. ¿Si las elecciones fueran el próximo domingo y los candidatos son:

Ottón Solís, Laura Chinchilla, Luis Fishman, Otto Guevara, Rolando Araya Monge, Eugenio Trejos y Óscar López, por cuál votaría?

01. O. Solís 02. L. Chinchilla 03. L. Fishman 04. O. Guevara

05. R.A. Monge 06. E. Trejos 07. O. López Otro: _____

10. Ninguno 11. No votaría 00. Nunca vota

88. Indeciso /NS 99. NR

17. Voto es secreto (PASE A G17)

G11. Y cómo diría que es su apoyo por (MENCIONAR EL CANDIDATO), diría que (LEER)

1. Con toda seguridad va a votar por él (ella)

2. Probablemente va a votar por él (ella)

3. Podría cambiar de idea y votar por otro candidato

8. No sabe

9. No responde

Note que a la pregunta de intención de voto (G10) le sigue la pregunta G11, orientada a evaluar la firmeza del apoyo al candidato citado.

10. El producto ya existe y se conoce o se puede enseñar. El concepto de una descripción del producto, escrita o presentada en otra forma, con base en la cual el entrevistado debe decir si la compraría o no.
11. La probabilidad de que la intención se manifieste en una acción concreta puede medirse indagando el propósito con una pregunta para evaluar la intensidad de la pretensión. Así, cuando se investiga si una persona piensa comprar un producto, se le puede preguntar: usted diría que definitivamente sí lo comprará, probablemente sí, puede que sí o que no, probablemente no, definitivamente no.

3.4.4. Preguntas de opinión

Este tipo de preguntas buscan determinar lo que siente o piensa la persona de una figura pública, una institución, un empaque de un producto, un comercial de televisión o un tema particular. Se le pide a un individuo decir su opinión, que exprese una interpretación, evaluación o criterio valorativo de algo que ha observado o conoce.

¿En términos generales, qué piensa de la forma como fue aprobada la nueva Ley de Tránsito? ¿Qué opina del servicio que da a sus clientes el Banco Nacional? ¿Qué piensa de los productos congelados? ¿En su opinión, el gobierno de Óscar Arias hizo bien o mal en autorizar la mina a cielo abierto en Las Crucitas? ¿Qué opinión tiene del Presidente Obama?, son todas preguntas de opinión.

Las preguntas de opinión se refieren al momento de la encuesta, y las respuestas varían en el tiempo según cambie la situación, los intereses particulares de la persona entrevistada o del grupo social al que pertenece modifiquen o aumente la información disponible sobre el tema. En otras palabras, las respuestas pueden ser, en gran medida, coyunturales.

3.4.5. Preguntas de actitudes

A primera vista, las preguntas de actitudes se asemejan a las de opinión. Esto sucede porque ambos tipos involucran creencias, sentimientos, percepciones y valoraciones de los entrevistados respecto a los temas de interés de la encuesta.

Sin embargo, existen diferencias; una muy significativa es que las preguntas que miden actitudes tratan de evaluar orientaciones básicas de la personalidad de los sujetos hacia objetos, productos, personas, instituciones, conceptos –como una marca o un derecho–; orientaciones formadas a través del tiempo con la socialización y las experiencias vividas, están muy firmes en su carácter y una vez establecidas son muy difíciles de modificar, a diferencia de las opiniones, que son para un momento, para una situación específica y pueden cambiar en períodos relativamente cortos.

Otra diferencia es que las actitudes siempre incluyen un elemento de sentimiento hacia el objeto –de agrado o desagrado– y una disposición o tendencia a conducirse de determinada manera frente a él. Es decir, uno tiene una actitud respecto a algo, y esta tiene una dirección –positiva o negativa– una intensidad y una disposición a proceder de determinada forma.

Las preguntas de actitudes son, en general, más difíciles y las respuestas menos precisas que las de hechos o de opinión, pues por su naturaleza es mayor el riesgo de que las personas no respondan con sinceridad, así como mayor la posibilidad de

rehusarse a contestar por desconocimiento o temor de que su respuesta los pueda afectar en alguna forma.

Con frecuencia, a un investigador le interesa determinar en qué medida las personas tienen una actitud definida respecto a un personaje público, una institución, un instrumento financiero, una marca, un grupo social o un concepto. Suponga que ese tema de interés es el aborto, una forma simple de abordarlo es planteando una pregunta escalada que abarque el intervalo de variación de la actitud, como la siguiente:

TM1. Pasando a otro tema. Respecto al aborto hay diferentes posiciones:

1. Hay personas que se oponen al aborto totalmente.
2. Unas lo aceptan solo cuando el embarazo se debe a una violación o cuando pone en peligro la vida de la madre.
3. Y otras piensan que las mujeres deben tener el derecho a abortar si así lo desean.

¿Cuál de esas posiciones está más cerca de su forma de pensar?

Otra: _____ 9. NS/NR

Se sabe, sin embargo, que en la aceptación del aborto inciden muchos factores, y una medición más precisa y válida de la actitud puede lograrse si se utiliza un indicador basado en varias preguntas.

Aunque existen diferentes maneras de hacerlo, una muy común es resumir en enunciados cortos la actitud de interés o sus dimensiones más importantes, y preguntar a los individuos si están de acuerdo o no con esos enunciados.

Este enfoque dio origen a la Escala de Likert, ampliamente usada en el estudio de las actitudes, en la cual se emplea un formato en el que se pide a los entrevistados indicar si están muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo con la actitud descrita en el enunciado.

Seguidamente, se incluye un ejemplo de una batería de ítemes dirigida a evaluar la actitud hacia el aborto.

GB8. Algunas mujeres embarazadas, que por alguna razón no desean tener al bebé, hacen algo ellas mismas o con la ayuda de otra persona para interrumpir el embarazo. Esto es un aborto.

Ahora voy a leerle varias situaciones y quiero que, para cada una de ellas, me diga en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo de que en esa circunstancia la mujer se realice un aborto. Empecemos, estaría muy de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o muy en desacuerdo, en que una mujer se realice un aborto (**LEER**).

		MA	A	NiA NiD	D	MD	NS/NR
G81	Cuando el embarazo pone en peligro la vida de la mujer	1	2	3	4	5	9
G82	Cuando el embarazo es el resultado de una violación	1	2	3	4	5	9
G83	Si la mujer lo desea por cualquier motivo	1	2	3	4	5	9
G84	Cuando se espera que el niño nazca defectuoso	1	2	3	4	5	9
G85	Si la mujer es soltera y el hombre no quiere casarse	1	2	3	4	5	9
G86	Cuando tener un hijo más causará dificultades para mantener y educar los hijos que ya tiene	1	2	3	4	5	9

La respuesta a cada una de los ítems da una pieza de información acerca de la actitud, favorable o desfavorable, del sujeto hacia el aborto. Combinando las seis respuestas en una escala sumatoria, se obtiene un indicador que permite resumir, en un solo número, la actitud del sujeto hacia el aborto.¹²

3.5. DETALLES ACERCA DE LA CONSTRUCCIÓN DE CUESTIONARIOS

Los cuestionarios pueden ser de muy diversos tipos y formas, dependiendo tanto de los propósitos del estudio como de la población a la cual van dirigidos y de la técnica de recolección utilizada. No es lo mismo uno autoadministrado, enviado por internet, que otro llenado en entrevista personal cara a cara o en forma telefónica. A continuación, se hará una breve revisión de algunos aspectos que son de mucha importancia y deben tenerse en cuenta a la hora de redactar las preguntas y preparar el cuestionario.

3.5.1. El orden de las preguntas

Redactar un cuestionario no es simplemente colocar una serie de preguntas, una tras otra, sin preocuparse de las consecuencias de ese orden; por el contrario, consiste en ubicarlas y coordinarlas según una estructura cuidadosamente meditada. La debida

12. En la práctica, lo primero que se haría es recodificar las respuestas para que el MA=5, A=4, Ni A NiD=3, D=2 y MD=1. Luego, se sumarían los valores recodificados para las seis preguntas. El puntaje obtenido variará entre un mínimo de 6 puntos –persona totalmente opuesta al aborto– y un máximo de 30 –total aceptación del aborto–.

atención a este aspecto evita que unas preguntas contaminen a las siguientes, que la colocación desconcierte al entrevistado y lo ponga a la defensiva y, en general, que la estructura del instrumento reduzca la cooperación y se llegue a una situación de tensión, la cual incida sobre la calidad de la información.

Se entiende por contaminación cuando una o varias preguntas influyen en las respuestas que se dan a otras posteriores, pero no al azar, sino en forma sistemática, introduciendo un sesgo en la información suministrada. Este es uno de los principales peligros que debe evitarse en la elaboración del cuestionario; para evadir la contaminación, es usual disponer las interrogantes en forma de *embudo*, es decir, de tal manera que, partiendo de las preguntas más generales, se llegue progresivamente a las más específicas. Así, si el tema de interés son los problemas del país, primero se debe hacer la de opinión general y luego indagar lo más específico. Si se procede al contrario, una gran mayoría de las personas los usan como guía para contestar la general.

Por otra parte, la falta de cuidado en el orden de las preguntas puede desconcertar al entrevistado al sentirse sometido a un interrogatorio en el que no descubre ninguna línea lógica y se salta sorpresivamente de un tema a otro. Esto hace fatigosa la entrevista y puede llevar a que, a partir de cierto momento, se den respuestas falsas o imprecisas e incluso, se rehúsa responder.

Puede surgir otro problema a causa de un mal ordenamiento de las preguntas, como el de producir una secuencia que resulta amenazante para el entrevistado. Esta situación se presentó en una encuesta demográfica realizada hace varios años en Costa Rica, en la cual el sociólogo que diseñó el cuestionario incluyó como tercera pregunta: "¿cuál es su estado civil?", y como sexta: "¿ha estado embarazada usted alguna vez?". En la práctica, muchas mujeres solteras consideraron indiscreta o insultante la pregunta y adoptaron una actitud negativa en el resto de la entrevista. Se observó, además, que las mismas entrevistadoras encontraban incómodo hacer la pregunta a mujeres quienes previamente habían declarado ser solteras, y optaban por anotar que estas no habían tenido ninguno. El problema señalado es conocido por los expertos y se resuelve preguntando primero sobre el embarazo y, luego de un cierto número de preguntas sobre otros temas, plantear la del estado civil. En este orden, la pregunta sobre embarazo no es percibida como amenazante ni por la entrevistada ni por las entrevistadoras; también, puede ser que al preguntar sobre el embarazo, la mujer diga de inmediato: "soy soltera".

Una situación similar se da cuando descuidadamente se incluyen, al comienzo del cuestionario, ciertas preguntas delicadas, que hacen desconfiar al informante o sentirse amenazado y traen como consecuencia una renuncia a cooperar y ocultar información o suministrar datos falsos en las restantes. Para evitar este tipo de riesgos, y mantener el interés y la buena disposición del entrevistado, se recomienda colocar al principio de la

encuesta una serie de preguntas de calentamiento de naturaleza general, algunas pueden ser de poco interés para el estudio, pero que el consultado no tendrá inconveniente en contestar. Este procedimiento ayuda a crear un clima de confianza apropiado para tratar luego los temas más sensibles.

Si las preguntas delicadas son varias, se recomienda colocarlas en las partes central y final del cuestionario, procurando dispersarlas entre temas más generales o fáciles de responder. Las pruebas a las cuales se somete el cuestionario, antes de la redacción definitiva, permiten determinar el ordenamiento más adecuado.

3.5.2. Preguntas filtro

Las preguntas llamadas *filtro* se usan para identificar, en el proceso de entrevista, a los únicos sujetos a los que son aplicables ciertos bloques de preguntas; usando una, se decide si se emplean las siguientes o se pasa a las ubicadas más adelante. Esta situación es común en los estudios de mercado, en estas es frecuente que se desee hacer ciertas preguntas solo a los consumidores muy frecuentes de un producto (*heavy users*).

En el bloque siguiente, se presenta una pregunta de conocimiento que, además, se usa como filtro.

PUB10. ¿Y ha visto el anuncio de Otto Guevara donde sale una persona en la calle, en ropa interior con un perro?

1. SÍ 2. NO 3. Lo vio pero no le puso atención

9. NR (PASE A L1)

PUB10A. ¿Y el anuncio le gustó o no le gustó?

1. Le gustó mucho 2. Le gustó en parte y en parte no (regular)

3. No le gustó 9. NS/NR (PASE A L1)

PUB10B. ¿Por qué le gustó (no le gustó)? _____ + _____

_____ 9. NS/NR

3.5.3. El número de preguntas y la duración del cuestionario

Lógicamente, el número de preguntas depende en gran medida de la naturaleza del cuestionario: si las preguntas son fáciles, el número puede ser mayor, de lo contrario es conveniente restringirlo. Por otra parte, para realizar una entrevista usualmente debe hacerse un esfuerzo importante en localizar a la persona que será entrevistada, explicarle los objetivos del estudio y motivarla para lograr su cooperación. Considerando esta inversión de recursos y tiempo, sería poco inteligente confeccionar uno demasiado corto; más bien, se trata de aprovechar al máximo la entrevista para realizar una cantidad

razonable de preguntas. Esto, claro está, sin que por la longitud de la entrevista se corra el riesgo de cansar al consultado y perder o debilitar su cooperación, con el consecuente efecto negativo sobre la calidad de las respuestas.¹³

Aunque el número de preguntas es importante, y como varían en formato, extensión y condición de abiertas y cerradas, lo crucial es poner atención a la duración y tratar de que se mantenga dentro de límites razonables. En realidad, no existen reglas ni criterios estandarizados sobre cuánto debe durar, como máximo, un cuestionario, y fijarla sigue siendo un ejercicio empírico que requiere cuidado, atención y la acumulación sistemática de experiencia.

3.5.4. La modulación de los cuestionarios

En ciertas oportunidades, se desea aprovechar una investigación para recoger información sobre un número muy grande de temas; para evitar que la cantidad de preguntas sea excesiva, y produzca un cuestionario muy largo, se recurre a modularlo.

Para ello, las preguntas se clasifican en dos grupos: uno compuesto por las preguntas de interés general (núcleo básico), personales y de control, y otro formado por preguntas de interés más específico. Las del "núcleo básico", personales y de control se aplican a todos los entrevistados; las específicas se dividen en dos módulos: A y B (de duración similar), y se plantea la parte A a una mitad de los entrevistados y la B, a la otra.¹⁴

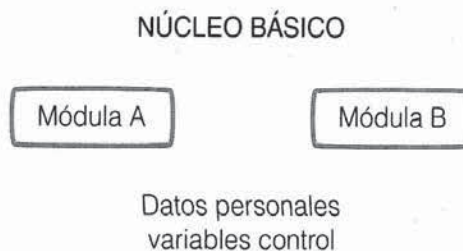


Figura 3.3. Esquema de modulación

13. Los estudios se realizan con una cierta disponibilidad de recursos, y el número de preguntas incluidas (y la duración del cuestionario) deben considerar esa restricción y mantener una coherencia apropiada con ese monto de recursos disponibles.
14. La escogencia de las muestras debe ser aleatoria para que cada módulo tenga una muestra representativa. Una forma muy usada es aplicar el módulo A en la primera entrevista; el B, en la segunda y así sucesivamente. Cuando existe algún tipo de numeración de los individuos seleccionados para la entrevista, un criterio útil es aplicar el A los entrevistados con número par y el B a aquellos con número impar. En todo esto, priva la idea de que cada módulo sea una muestra estadísticamente representativa de la población.

Cuando se usan módulos, deben tenerse en mente algunos cuidados; un punto esencial es definirlos de manera tal que las preguntas por analizar en conjunto estén en el módulo. Otro, es tener un tamaño de muestra suficientemente grande que permita lograr (solo con la mitad de la muestra total) estimaciones confiables de las variables de interés dentro de cada uno. Además, el uso de módulo requiere un mayor esfuerzo y control en la organización y para administrar el trabajo de recolectar la información.

Se aprecia que la modulación es una forma de conciliar una duración razonable de la entrevista con la necesidad de investigar un número elevado de temas.

3.5.5. Algunos problemas frecuentes en la redacción de las preguntas

El tipo de lenguaje utilizado. Como es lógico, el lenguaje usado y, en general, la redacción de las preguntas puede tener gran influencia en las respuestas que se obtengan en una encuesta. Aunque parezca una recomendación innecesaria, conviene indicar, como una regla fundamental para la construcción de cuestionarios, que las preguntas deben ser simples y evitar cualquier tipo de ambigüedad. Obviamente, las interrogantes con una redacción y un significado preciso son más fáciles de entender y de contestar.

La falta de claridad puede originarse por el uso de términos imprecisos y períodos indefinidos, lenguaje técnico y palabras que no son familiares a un cierto grupo o región, o el uso de un lenguaje popular el cual inhibe al entrevistado. Esto puede agravarse cuando quien redacta las preguntas conoce superficialmente el tema del estudio o la región y grupo social que abarcará y, por consiguiente, no es capaz de especificar con claridad lo que se desea investigar.

Pregunta bidimensional o doble. Hay también otras fuentes de problemas, una es la pregunta bidimensional o doble, en la cual se pide al entrevistado dar una sola respuesta cuando realmente se incluyen dos preguntas. Considere el siguiente ejemplo:

P18. ¿Este tipo de candado es un buen producto y se venderá bien en Costa Rica?
¿De acuerdo o en desacuerdo?

Aquí hay dos preguntas: una indaga acerca de si se considera o no al candado un buen producto y la otra si se va a vender bien en Costa Rica, pero se pide que el entrevistado dé una sola respuesta, de acuerdo o en desacuerdo.

Cuáles son las posibles situaciones: la persona no está de acuerdo con ninguna, o de acuerdo con las dos; cree que el producto es bueno, pero no que se venda bien en el país; que no es bueno, pero se venderá bien por otra razón, como su bajo precio.

¿Cómo va a responder? Puede decir NO, SÍ, negarse a contestar sin dar una explicación o aduciendo que no entiende la pregunta, o dar una respuesta calificada. En los tres primeros casos, no puede saber bien cuál es su opinión, en el último puede deducirse si se anota la respuesta.

Ahora bien, todo esto se habría evitado si se hubieran hecho dos preguntas:

P18A. ¿En su opinión, este tipo de candado es un buen producto o no es un buen producto?

1. Es un buen producto 2. No es un buen producto 9. NS/NR (PASE P19)

P18B. ¿En su opinión se venderá bien en Costa Rica o no se venderá bien?

1. Se venderá bien 2. No se venderá bien 9. NS/NR

8. Otra (ESPECIFIQUE) _____

La doble negación. Es conveniente evitar la doble negación, se presenta cuando se usan afirmaciones o enunciados en las cuales aparece una negación y las opciones de respuesta son del tipo acuerdo/desacuerdo, Sí/No o bien/mal. Cuando se combina el negativo de la pregunta con el No o el desacuerdo de la respuesta, se produce el doble negativo; es muy frecuente que, en este caso, se den errores de interpretación de la pregunta (por parte del entrevistado), y de la respuesta (por parte del entrevistador), quien no capta correctamente la contestación o el error del sujeto, y registra una respuesta exactamente contraria de lo que piensa el entrevistado. Un ejemplo de este tipo de problema se evidencia en la siguiente pregunta la cual fue propuesta para ser incluida en una investigación reciente sobre uso y percepción de las tecnologías de información:

INT30. Saber navegar en internet no es tan importante como algunos creen.

¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con esta afirmación?

Las pruebas realizadas mostraron que una proporción significativa de los sujetos no oía el no o lo pasaba por alto, entonces sus respuestas más bien se referían a si estaban de acuerdo o no con que saber navegar en internet es importante. Es decir, cuando responde que está de acuerdo, en realidad está indicando que saber navegar no es tan importante.¹⁵

Para corregir el problema se modificó la redacción:

INT30* ¿En su opinión saber navegar en internet es tan importante como algunos creen o no es tan importante?

15. Note que, en rigor, de acuerdo indica que se acepta la afirmación y, en consecuencia, navegar en internet no es tan importante; mientras que en desacuerdo indica que se rechaza la afirmación y –por doble negación– se piensa que navegar en internet sí es importante.

Preguntas cargadas. El ambiente donde se desarrolla la entrevista y las preguntas que se plantean deben ser neutrales. Desde esta perspectiva, una pregunta está *cargada* o *sesgada* cuando algo sugiere al entrevistado (en forma sutil o abierta) que una opción particular es más deseable, como respuesta, que las otras. Lo anterior debido a varias causas: inició con una frase que inclina al entrevistado por una cierta opción, omisión de opciones posibles, uso de preguntas que contienen palabras con fuerte carga emocional, política, ideológica o religiosa, utilización de figuras de prestigio o autoridad para respaldar una propuesta, o recursos similares que conducen al entrevistado a dar respuestas muy diferentes de su verdadera manera de pensar o actuar, simplemente por esa influencia ejercida por la carga de la pregunta.

Si se deseara conocer la opinión del entrevistado sobre el matrimonio de los sacerdotes, una pregunta claramente sesgada sería la siguiente:

“¿Está usted de acuerdo o en contra de la posición del Papa opuesta al matrimonio de los sacerdotes?”

En este caso, la mención acerca de la posición del Papa, una figura de prestigio y autoridad dentro de los católicos, induciría a los entrevistados católicos a declararse en contra del matrimonio de los sacerdotes, aunque esta no sea su verdadera posición o no tenga opinión formada acerca del tema. Obviamente, para una mejor apreciación del sentir de la persona acerca del tema, se podría preguntar: ¿está usted a favor o en contra de que los sacerdotes puedan casarse?

Otros ejemplos son:

¿Debería Costa Rica, para controlar la inflación y tener un mayor crecimiento económico, dolarizar la economía? ¿Sí o No?

¿Debería la Asamblea Legislativa, ignorando la ley de Dios y violentando, los principios morales, aprobar el matrimonio entre parejas del mismo sexo? ¿Sí o No?

¿En su opinión, Óscar Arias hizo bien o mal en establecer relaciones con China comunista?

Preguntas que suponen demasiado conocimiento de parte del entrevistado. Uno de los errores más comunes cuando se redactan cuestionarios es suponer que el entrevistado tiene un conocimiento muy amplio y profundo del tema en investigación. Por eso, el especialista debe preguntar solo por aquello que las personas tengan un grado de conocimiento razonable y para lo cual se den respuestas útiles. Obviamente, resulta imposible interpretar contestaciones a preguntas que exigen un grado de información superior al de los entrevistados. Las pruebas iniciales del cuestionario y el uso de filtros en el definitivo contribuyen al manejo de este problema.

3.5.6. Instrucciones para el entrevistador

Aunque un entrevistador haya sido bien adiestrado y tenga experiencia en la técnica, su labor puede facilitarse en gran medida si se introduce, dentro del cuestionario, una serie de indicaciones acerca de cómo debe proceder. Las instrucciones bien formuladas simplifican la labor del entrevistador y contribuyen, por tanto, a reducir los errores y mejorar la calidad de la información. Es importante que se distingan claramente de las preguntas que deben ser leídas al entrevistado, esto se hace, generalmente, escribiéndolas con letras mayúsculas y en negrita.

El objetivo de las instrucciones puede ser recordarle cómo debe manejar la pregunta o realizar el registro de las respuestas, lograr que el entrevistador esté atento a un cierto peligro de error o a la posibilidad de respuestas ambiguas o vagas; también, que el entrevistador pida aclaraciones (sondeos) o, lo más corriente, indicarle que, ante una cierta respuesta, debe pasar a otra pregunta saltándose un cierto número. Igualmente, cuando se usan apoyos visuales en la entrevista, tales como tarjetas o figuras que deben mostrarse o entregarse al entrevistado en cierto momento, las instrucciones para el entrevistador son muy importantes, ya que permiten lograr el uso adecuado y oportuno de estos recursos.

Modelos de estas de instrucciones se observan en el cuestionario incluido como ejemplo en la sección 3.7 de este capítulo.

Al inicio del cuestionario, aparece una introducción, es un párrafo que orienta al entrevistador sobre la forma de explicar al entrevistado cuáles son los propósitos de la encuesta, qué institución o empresa la está realizando (o patrocinando) cómo debe lograr su cooperación y asegurarle la naturaleza confidencial de la información suministrada y el carácter anónimo de la entrevista.

3.5.7. La prueba del cuestionario

Antes de su aplicación definitiva, es de rigor realizar una prueba del cuestionario; la cual tiene varios propósitos entre estos: identificar y eliminar problemas derivados de una mala redacción de las preguntas, de un ordenamiento inadecuado de los temas, de la inclusión de ítemes innecesarios o del uso de palabras que provoquen sesgos; obtener información para decidir la adición de nuevas interrogantes que aclaren el sentido de las ya incluidas o la ampliación o refinamiento de las categorías de las opciones de la ya precodificadas. Asimismo, permite conocer la duración del cuestionario, y determinar si debe ajustarse para que se mantenga dentro de un margen razonable.

La prueba, dependiendo de las circunstancias, puede cubrir solo una parte o la totalidad del cuestionario; para esto se recomienda seleccionar una muestra de la población de interés, la cual refleje, en la medida de lo posible, diferentes situaciones de entrevista y tipos de entrevistados. Así, por ejemplo, si una encuesta va a tener alcance nacional es útil que la muestra incluya hombres y mujeres, tanto jóvenes como de edad mediana y avanzada, con residencia en zona urbana y rural, de elevada y baja educación, etc., pues esas variables están ligadas al grado de información que puede suministrar el entrevistado, a su capacidad de comprender las preguntas y verbalizar sus respuestas.

El objetivo básico es observar el funcionamiento de las preguntas y del cuestionario, no el logro de información sustantiva, ni hacer un adelanto de los resultados del estudio. La prisa de algunos investigadores o patrocinadores por conocer qué "ha salido" de la prueba es, en la mayoría de los casos, inconveniente y peligrosa para los propósitos de la investigación.

3.6. PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

La cuantificación es un paso necesario para que las respuestas recogidas sean susceptibles de análisis estadístico, por ello la información debe expresarse en códigos numéricos estandarizados y presentarse en forma detallada por el entrevistador, en un archivo electrónico de datos que pueda ser leído y procesado por una computadora, usando una hoja de cálculo, un programa o paquete estadístico de análisis.

A la luz de lo anterior, es claro que, después de realizar las entrevistas, se deben cumplir varias etapas para cuantificar la información y dejarla lista para el análisis estadístico y la obtención de resultados y conclusiones. Esta fase constituye el procesamiento de la información.

Seguidamente, se hace una breve revisión de estos pasos.

3.6.1. Revisión de los cuestionarios¹⁶

Una vez realizada la entrevista, el cuestionario es revisado por un supervisor en el mismo lugar donde se llevó a cabo, en un tiempo prudencial después de efectuarla. Los principales propósitos que persigue la revisión son:

- a) **Determinar si todas las preguntas han sido aplicadas.** En el caso de que no sea así, o falte algún dato, se trata de subsanar de inmediato esa deficiencia mediante un nuevo contacto con el entrevistado.
- b) **Determinar si hay preguntas para las cuales la respuesta es ilegible, borrosa o manchada.** Si esto sucede, se consulta al entrevistador que llenó el cuestionario para tratar de resolver el problema o se hace un nuevo contacto con el entrevistado, si es lo pertinente. Se toman medidas también para que, en el futuro, el entrevistador haga sus anotaciones en forma legible, clara y ordenada.
- c) **Determinar si hay respuestas confusas o demasiados generales.** Con frecuencia, cuando se utilizan preguntas abiertas, algunos entrevistadores, debido a una capacitación deficiente, por falta de concentración o descuido registran respuestas confusas, demasiado generales o incompletas, que resultan difíciles de interpretar y, por ende, tienen poca o ninguna utilidad para el estudio. En este caso, lo apropiado es a) contactar nuevamente al entrevistado para aclarar la respuesta, y b) llamar la atención al entrevistador para que no incurra en ese tipo de fallas, realice un sondeo apropiado cuando sea pertinente y registre adecuadamente las respuestas.
- d) **Eliminar inconsistencias o contradicciones de las respuestas.** Pueden ser de diferente naturaleza. Por ejemplo, si una persona de 65 años aparece como asistiendo a la universidad debe revisarse para determinar si el dato es correcto; otro, una posible incoherencia, sería el de un peón con un salario semanal de 400 000 colones, cuando probablemente se trate de 40 000 colones. Igualmente, puede darse

16. En ciertas encuestas como las agrícolas, las industriales, las de producción, las demográficas y las de hogares, que se realizan cara a cara y se recogen cifras de extensión de propiedades, de valor de activos o de producción y, en general, datos que los entrevistados pueden dar en diferentes unidades o deben satisfacer ciertos criterios de coherencia, se distingue entre revisión y crítica. La primera, se refiere a una constatación rápida, pero cuidadosa, de algunos aspectos como: determinar si todas las preguntas han sido planteadas y la respuesta registrada, si hay respuestas borrosas o ilegibles, eliminar ciertas incoherencias evidentes. La revisión la realiza un supervisor y busca detectar fallas que pueden ser subsanadas casi de inmediato –porque todavía se está en el área de trabajo y hay fácil acceso al entrevistado-. En cuanto a la crítica, se trata de una revisión a fondo e integral del cuestionario, efectuada por personal especialmente adiestrado en la oficina central, siguiendo instrucciones escritas. Si se encuentran errores, dependiendo de su gravedad, podría regresarse al campo a recuperar la información. En esta etapa es usual hacer cálculos para escribir las cifras en las mismas unidades y ajustarlas a períodos estandarizados.

el caso de respuestas contradictorias, como cuando una persona se declara firme simpatizante de un partido político, pero piensa votar por otro o da una respuesta positiva en una pregunta cerrada, pero en la justificación abierta ofrece una razón claramente negativa, incoherente con su respuesta en la cerrada.

- e) **Identificación de respuestas extrañas, poco comunes o aparentemente anormales**, deben ser analizadas por el supervisor para verificar la validez de la respuesta y la forma de trabajar del entrevistador, ya que pueden existir problemas de registro o de interpretación errada de las respuestas.

3.6.2. Codificación

Para que la información suministrada por los entrevistados sea procesada y tabulada en forma electrónica, se hace necesario que las respuestas se expresen en forma numérica, es decir, codificadas. Esta labor se facilita significativamente si las respuestas previstas o las opciones ofrecidas aparecen precodificadas en el cuestionario, es decir, con un código numérico ya asignado, de tal manera que el entrevistador, al marcar la respuesta suministrada por el entrevistado, automáticamente la codifica. Esto ha sido evidente en los ejemplos de preguntas presentados en este capítulo.

La precodificación lógicamente será posible solo en las preguntas cerradas, en las baterías y en las abiertas de registro cerrado, en las cuales se conocen de antemano las opciones o categorías con las que se codificarán las respuestas. En las preguntas abiertas, por su propia naturaleza, las respuestas no pueden precodificarse; entonces, debe desarrollarse un esquema de codificación para cada pregunta y aplicarlo a las respuestas registradas en los cuestionarios. Para definir el esquema de codificación, por lo general, se enlistan las respuestas, se revisan y luego se agrupan de acuerdo con similitudes de forma o contenido en categorías bien especificadas, que sean útiles para fines de descripción y análisis a cada una; por último, se asigna un código numérico.

Obviamente, el esquema debe ser coherente con los conceptos teóricos que fundamentan el estudio y con los objetivos, se definen tantas categorías y códigos numéricos como sean necesarios para abarcar el ámbito de respuestas; sin embargo, como principio general, si el esquema mantiene suficiente detalle, luego es posible formar categorías más amplias y generales mediante un proceso de recodificación directamente en la computadora, mientras que si se definen muy pocas categorías, el detalle perdido es irrecuperable. Además, todo esquema contempla ciertos códigos especiales para abarcar situaciones que siempre se dan en las encuestas como: no responde, no sabe, no aplica y "otras" respuestas. Las categorías de respuesta para cada pregunta deben resumirse en un *manual de códigos*, el cual se utiliza no solo para la codificación, sino para otras etapas como la captura y análisis de los datos y la elaboración de los programas de computadora.

En el proceso de codificación de las preguntas abiertas, se lee la respuesta anotada y después se apunta al lado (margen derecho) el código numérico correspondiente. Se trata de un proceso manual que debe realizarse con mucho cuidado y concentración, ateniéndose a instrucciones escritas muy precisas y detalladas.

De esta manera, el cuestionario se convierte en un componente de la codificación (y del procesamiento), porque toda la información recogida en la entrevista queda recopilada en este; una parte, bajo el sistema de precodificación y la otra, como resultado del proceso de codificación manual de las preguntas abiertas. Seguidamente, se presenta un ejemplo con una pregunta cerrada (B4), una abierta (B4A) y una batería (B5).

B4. Cambiando de tema y pensando en el Gobierno actual ¿Ud. diría, en términos generales, que el Gobierno de don Óscar Arias está trabajando bien, muy bien, mal o muy mal?

1. Muy Bien 2. Bien 3. Regular
4. Mal 5. Muy Mal 9. NS/NR

B4A. ¿Por qué piensa así? Avancemos, muy bien, pero nos está 09
debiendo en delincuencia 48 99. NS/NR

B5. Ahora me gustaría conocer su opinión sobre el trabajo del Gobierno del Presidente Arias en algunos campos específicos. ¿Ud diría que el Gobierno de Arias está manejando (LEER) bien o mal?

		BIEN	REGULAR	MAL	NS/NR
B51	La lucha contra la pobreza	1	2	3	9
B52	La seguridad ciudadana y lucha contra la delincuencia	1	2	3	9
B53	La protección del Medio Ambiente	1	2	3	9
B54	El control del Costo de la Vida y la inflación	1	2	3	9
B55	Las Relaciones internacionales en Costa Rica	1	2	3	9
B56	EL mantenimiento de calles y carreteras	1	2	3	9
B57	La lucha contra la corrupción en el Gobierno	1	2	3	9
B58	El problema de la vivienda	1	2	3	9

3.6.3. Digitación o captura de los datos

La digitación o captura de los datos es un área donde se han dado cambios de forma relativamente rápida. Actualmente, coexisten varias formas de hacerlo.

Digitación directa en el disco duro de la computadora. Esta forma, que podría verse como la tradicional, ya que se basa en cuestionarios impresos, consiste en tomar las encuestas ya codificados y digitar la información de cada uno y guardar o respaldarla directamente en el disco duro de la computadora. Este ejercicio se realiza introduciendo

los datos en una hoja de cálculo estándar o en un programa especial de captura de datos; estos programas específicos permiten establecer controles para evitar errores frecuentes como los de digitación y salto de un cierto número de datos.¹⁷ Como resultado, se obtiene un archivo electrónico que puede ser leído por la computadora y ser transferido y almacenado en ciertos dispositivos como discos compactos, memoria USB (llave maya) y enviado por internet.

Captura directa por los entrevistadores. En las encuestas que emplean entrevista telefónica asistida por computadora, los entrevistadores registran las respuestas conforme se desarrolla la entrevista y, de esta manera, cada entrevista queda en el archivo del estudio tan pronto se concluye. Este procedimiento se aplica a las preguntas cerradas; si hay abiertas, se anota la respuesta y luego se procede a definir un esquema de codificación para las respuestas e introducir los códigos en el archivo.¹⁸ Un procedimiento muy similar –con los ajustes pertinentes– se utiliza para la encuesta por internet.

También existen varios dispositivos personales, como los denominados *Palm*, que se pueden llevar al campo y en los cuales se llama el cuestionario a la pantalla, se van planteando las preguntas y registrando las respuestas; cada uno se guarda en la memoria, en forma muy similar a como se procede en el sistema de entrevistas telefónicas asistidas con computadora. Luego, se pasa a la computadora, en la oficina, o se envía por internet al final del día.

Captura utilizando lectura óptica. Esta técnica recurre a cuestionarios impresos en un papel especial, en el que las respuestas se marcan siguiendo reglas y cuidados muy estrictos; luego, un escáner óptico se encarga de capturar la información y crear automáticamente un archivo de datos. Hay muy buenas experiencias en cierto tipo de situaciones como censos o encuestas demográficas, en el manejo de información de exámenes o pruebas y en estudios con cuestionarios autoadministrados.

17. Existen paquetes estadísticos comerciales que incluyen programas de captura de datos (SPSS, SAS, BMDP, etc.) también se puede usar el paquete Census and Survey Processing System (CSCPro), que es un *software* de dominio público, diseñado por el *Bureau of Census* de los Estados Unidos. Este programa permite agregar los datos y verificar esa labor en una forma muy práctica y sencilla; además, cuando se termina la entrada de datos, permite contar con un archivo de datos limpio, listo para el análisis. Los errores que deben depurarse pueden provenir de errores de codificación, de digitación, omisión de un bloque de códigos. La depuración consiste en detectar y corregir códigos ilegítimos, o sea no válidos, y en identificar contradicciones o incongruencias entre los códigos.
18. A diferencia de las encuestas telefónicas tradicionales, en las que se trabaja con cuestionarios impresos, en las encuestas asistidas por computadora se pueden tener frecuencias y otros resultados para las preguntas cerradas, poco tiempo después de terminada la jornada diaria de trabajo. Además, el mismo día que se concluyen las entrevistas, se tiene el archivo de datos correspondiente.

Al final, con cualquiera de los procedimientos citados, se termina con un archivo electrónico de datos guardado en un disco duro o en otro dispositivo que puede ser leído por una computadora, a partir del cual se preparan tabulaciones o cuadros, o realizar otros análisis estadísticos o sustantivos.

Tabulación de los datos

Si se tiene una investigación sencilla, con pocos casos y variables, y se quiere estimar la distribución de alguna de estas, la tabulación puede hacerse inmediatamente en forma manual. Así, por ejemplo, si se trata de contar cuántas personas de cada sexo hay en una muestra de 79 asistentes a una reunión, se podría recurrir al conocido método de las "rayitas".

	Código	
Hombre	1	= 38
Mujer	2	= 41

Sin embargo, una gran parte de las investigaciones cuantitativas, en especial las que utilizan la técnica de encuesta, tienden a recoger gran cantidad de datos. Incluso, un estudio modesto produce mucha información; así, por ejemplo, una encuesta entre 100 estudiantes, con un cuestionario de 20 preguntas, produciría 2000 datos como mínimo, ya que puede derivarse más datos combinando diferentes preguntas, puede ser mayor en estudios de mercado, en encuestas políticas, de actitudes o socioeconómicas.¹⁹

Obviamente, tales cantidades de información, aun después de codificar los cuestionarios, no son simples de manejar y resulta muy difícil encontrar regularidades, hacer comparaciones, analizar las tendencias o sacar conclusiones, por medio de una simple revisión, como sí podría hacerse cuando son pocos los datos por considerar. Por ello, la información debe organizarse y presentarse en cuadros o tabulaciones, acompañada de medidas estadísticas de resumen; esto no solo permite analizarla e interpretarla mejor, sino también ponerla al alcance de otras personas, de un público más amplio.

Con los datos almacenados en formato electrónico, en un dispositivo apropiado, la obtención de los cuadros y la realización de análisis estadísticos es relativamente simple; se prepara un programa, por medio del cual se indica a la computadora el nombre de la variable que representa a la pregunta, la posición en el archivo de datos y las etiquetas de los códigos definidos para describir las respuestas. Luego, se le dan las instrucciones para que prepare los cuadros y realice los cálculos y análisis deseados; con esa información, la computadora efectúa los procedimientos solicitados y expone los resultados en

19. La Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples que realiza anualmente el INEC abarcó, en el 2009, cerca de 13 000 hogares y realizó alrededor de 60 preguntas efectivas a cada informante.

la pantalla o los imprime. Estos productos finales reciben, comúnmente, el nombre de tabulados.

Como una gran cantidad de los procesos de tabulación y análisis estadísticos se repiten con características muy similares en todas las encuestas y estudios, se han desarrollado programas estadísticos de computación que contienen rutinas, las cuales ejecutan esas tareas; popularmente se les llama paquetes estadísticos y uno de los más conocidos es el SPSS, que son las siglas de Statistical Package for the Social Sciences.²⁰

A continuación se incluye como ejemplo, un cuadro obtenido con este programa, en el que se muestra la distribución de las opiniones sobre un nuevo triunfo del partido Liberación Nacional en el 2010 "cruzadas" con el partido con el cual se siente más identificada la persona. La información proviene de una encuesta telefónica –línea fija– de alcance nacional, realizada en agosto del 2009.

G5R * b5r Crosstabulation

	b5r				Total
	1,00 Bueno, muy bueno	3,00 Regular	5,00 Malo, muy malo	9,00 NS/NR	
G5R ,00 NO INTERES POLIT	5 25,0%	1 5,0%	7 35,0%	7 35,0%	20 100,0%
1,00 LIBERACIONISTA	224 82,7%	16 5,9%	20 7,4%	11 4,1%	271 100,0%
2,00 SOCIALCRIST	26 44,1%	6 10,2%	21 35,6%	6 10,2%	59 100,0%
4,00 LIBERTARIO	7 38,9%	3 16,7%	8 44,4%	0 ,0%	18 100,0%
7,00 PAC	9 17,6%	3 5,9%	35 68,6%	4 7,8%	51 100,0%
10,00 INDEPENDIENTE	144 49,5%	17 5,8%	106 36,4%	24 8,2%	291 100,0%
88,00 OTRO	11 40,7%	1 3,7%	15 55,6%	0 ,0%	27 100,0%
99,00 NR	7 53,8%	0 ,0%	3 23,1%	3 23,1%	13 100,0%
Total	433 57,7%	47 6,3%	215 28,7%	55 7,3%	750 100,0%

20. Este es, quizás, el paquete estadístico más popular para el análisis de encuestas, pero hay muchos otros como el SAS, el BMDP y el Minitab, también muy usados para este fin.

3.7 EJEMPLO DE UN CUESTIONARIO

Para cerrar este tema, se incluye un cuestionario utilizado en una encuesta realizada por el autor en setiembre del 2009, en la Región Metropolitana de San José, abarcó 804 adultos costarricenses y se realizó empleando entrevista telefónica –línea fija– y domiciliaria.

OMNIBUS9 – SETIEMBRE 2009 Región Metropolitana ESTUDIO REALIZADO POR MGB Versión 4: 26 de set del 2009.		USO OFICINA CUEST/___/___/___/ Hoja Cuota:_____ Hoja Banco:_____ 1. TELEF 2. DOMICIL.	
Buenos(as) días/tardes/noches		¿Es el teléfono _____?	
NOMBRE ENTREVISTADO: _____			
<p>INTRODUCCIÓN: Buenos días (Tardes) (Noches). Mi nombre es (.....) y le hablo de parte del Centro de Estudios de Opinión Pública. Estamos haciendo una encuesta de opinión sobre algunos problemas y temas de interés nacional. Le agradeceríamos su cooperación, la entrevista es confidencial y voluntaria, y no le quitaré mucho tiempo. Además, si no desea responder alguna pregunta, solo me dice y continuamos con la siguiente ¿puedo empezar la entrevista? (SI PIDE MÁS INFORMACIÓN DÍGALE QUE LA ENCUESTA LA ESTÁ REALIZANDO LA EMPRESA PROCESOS Y ESTÁ A CARGO DE WENDY CHACÓN TELF 8896-9630)</p>			
HORA INICIO: _____	PROVINCIA: _____	CANTÓN: _____	DISTRITO: _____

Antes que todo. ¿Es usted costarricense de 18 años o más de edad?

1. Sí... Continúe 2. No... Suspenda entrevista

A1. Para empezar. ¿De las noticias a nivel nacional de los últimos días, cuál es la que más le ha llamado la atención?

_____ 9. NS/

NO LEER 00. No ve noticias 97. Ninguna

Q1. Ahora dígame, qué grado de importancia tiene en su vida... (LEER) Usted diría que es muy importante, importante, poco importante o nada importante (SEGUIR CON LAS OTRAS REPITIENDO LAS OPCIONES)

		Muy importante	Importante	Poco importante	Nada importante	NS/NR
Q11	La familia	1	2	3	4	9
Q12	Los amigos	1	2	3	4	9
Q13	La política	1	2	3	4	9
Q14	El trabajo	1	2	3	4	9
Q15	Tener tiempo libre	1	2	3	4	9
Q16	La religión	1	2	3	4	9
Q17	El deporte	1	2	3	4 (PASE Q3)	9

Q2. Y hablando específicamente de los deportes. ¿Cuál diría usted que es su deporte preferido, el que más le interesa, sin que necesariamente lo practique?

NO LEER:

01. Fútbol

02. Basquetbol

03. Boxeo

04. Voleibol

05. Beisbol

06. Tennis

07. Natación

08. Atletismo

09. Karate/artes marciales

10. Patinaje

11. Caminar

00. Ninguno en especial

98. Otro: _____

Q3. Pasando a otro tema. Actualmente se usan muchas cosas y servicios que antes no eran comunes. Dígame, en su opinión, disponer de (LEER SEGÚN ORDEN DE INICIO) es para usted muy importante, importante, algo importante o poco importante

	Orden de inicio	Muy importante	Importante	Algo importante	Poco importante	NS/NR
Q31	El teléfono celular	1	2	3	4	9
Q32	La tarjeta de débito	1	2	3	4	9
Q33	Internet	1	2	3	4	9
Q34	La tarjeta de crédito	1	2	2	4	9

- D3. Ahora dígame, en su opinión, ¿cuál es el problema más importante que tiene Costa Rica actualmente? ¿Y después de ese? (NO LEA ALTERNATIVAS. NO FUERCE LAS RESPUESTAS. MARQUE EL CITADO EN LA PRIMERA COLUMNA, O ESCRIBA LA RESPUESTA AL PIE DE LA COLUMNA, SI NO APARECE EN LA LISTA; LUEGO PIDA EL SEGUNDO Y PROCEDA EN IGUAL FORMA)

	PRIMERA MENCIÓN	SEGUNDA MENCIÓN
01. La delincuencia y la inseguridad ciudadana	01	01
02. La falta de empleo	02	02
03. La pobreza	03	03
04. La drogadicción y el narcotráfico	04	04
05. La inflación, el aumento en el costo de la vida, alza de precios	05	05
06. Mal estado de las carreteras, de las calles del país	06	06
07. Falta de vivienda, problemas de vivienda	07	07
08. La corrupción en el gobierno	08	08
99. No sabe	99	99
OTRA RESPUESTA (ESPECIFICAR): _____		

- ID5. Ahora le voy a leer varias afirmaciones y quiero que usted me diga si está de acuerdo o en desacuerdo con ellas. Dígame (LEER) ¿Sí o No?

		Sí	No	NS/NR
ID51	Cuando hay desocupación, las empresas deben preferir a los trabajadores costarricenses sobre los extranjeros	1	2	9
ID52	Cuando hay desocupación, los hombres tienen más derecho a los puestos de trabajo que las mujeres	1	2	9
ID53	Cuando hay desocupación, las personas mayores deben ser forzadas a retirarse o jubilarse a una edad más temprana	1	2	9

- D3. Ahora dígame, en su opinión, ¿cuál es el problema más importante que tiene Costa Rica actualmente? ¿Y después de ese? (NO LEA ALTERNATIVAS. NO FUERCE LAS RESPUESTAS. MARQUE EL CITADO EN LA PRIMERA COLUMNA, O ESCRIBA LA RESPUESTA AL PIE DE LA COLUMNA, SI NO APARECE EN LA LISTA; LUEGO PIDA EL SEGUNDO Y PROCEDA EN IGUAL FORMA)

	PRIMERA MENCIÓN	SEGUNDA MENCIÓN
01. La delincuencia y la inseguridad ciudadana	01	01
02. La falta de empleo	02	02
03. La pobreza	03	03
04. La drogadicción y el narcotráfico	04	04
05. La inflación, el aumento en el costo de la vida, alza de precios	05	05
06. Mal estado de las carreteras, de las calles del país	06	06
07. Falta de vivienda, problemas de vivienda	07	07
08. La corrupción en el gobierno	08	08
99. No sabe	99	99
OTRA RESPUESTA (ESPECIFICAR): _____		

- ID5. Ahora le voy a leer varias afirmaciones y quiero que usted me diga si está de acuerdo o en desacuerdo con ellas. Dígame (LEER) ¿Sí o No?

		Sí	No	NS/NR
ID51	Cuando hay desocupación, las empresas deben preferir a los trabajadores costarricenses sobre los extranjeros	1	2	9
ID52	Cuando hay desocupación, los hombres tienen más derecho a los puestos de trabajo que las mujeres	1	2	9
ID53	Cuando hay desocupación, las personas mayores deben ser forzadas a retirarse o jubilarse a una edad más temprana	1	2	9

CA1. Hablando ahora de Centro América. En su opinión, Centro América incluye a (LEER) ¿sí o no?

		SÍ	NO	Dudoso	Otra, especifique:
CA11	Panamá	1	2	3	
CA12	Belice	1	2	3	
CA13	México	1	2	3	
CA14	Rep. Dominicana	1	2	3	
CA15	Colombia	1	2	3	

CA3. Y en su opinión ____ (LEER PAÍS) es un país muy amigo de Costa Rica, amigo o no es amigo de Costa Rica

		Muy amigo	Amigo	Ni amigo, ni enemigo	No es amigo	NS/NR	Otra, especifique:
CA31	Panamá	1	2	3	4	9	
CA32	Nicaragua	1	2	3	4	9	
CA33	Honduras	1	2	3	4	9	
CA34	El Salvador	1	2	3	4	9	
CA35	Guatemala	1	2	3	4	9	
CA36	Belice	1	2	3	4	9	
CA37	México	1	2	3	4	9	
CA38	Venezuela	1	2	3	4	9	
CA39	Colombia	1	2	3	4	9	

CA4. Ahora le voy a leer cuatro afirmaciones y quiero que usted me diga cuál de ellas está más de acuerdo con su forma de pensar (LEER OPCIONES).

1. Centroamérica es nuestra casa común, donde debemos vivir unidos como hermanos.
2. Es nuestro vecindario, debemos estar juntos pero no revueltos.
3. Centroamérica es solo un grupo de países cercanos, nada especial nos une.
4. Es un grupo de países que están juntos por intereses económicos de otros países.
8. Otra: _____
9. NS/NR

CA5. Siempre pensando en Centroamérica. En su opinión Costa Rica debería tratar de unirse más a los otros países de Centroamérica, mantenerse como está o más bien tratar de alejarse

1. Unirse más a CA 2. Mantenerse como está
 3. Tratar de alejarse de CA 9. NS/NR
 8. Otra: _____

CA5A. ¿Por qué piensa así? _____
 _____ 99. NS/NR

CA7. Y dígame, ¿está usted de acuerdo o en desacuerdo en que _____ (LEER FRASE)?

		Acuerdo	Ni de A, Ni en D	Des- acuerdo	NS/NR
CA71	Centroamérica se convierta en un solo país	1	3	5	9
CA72	CR se acerque más a CA para tener un mercado más grande	1	3	5	9
CA73	Todos los centroamericanos puedan circular libremente por todos los países de CA	1	3	5	9
CA74	En que CR ayude a construir escuelas y hospitales en otros países de CA	1	3	5	9
CA75	En que CR se junte con Centro América para combatir la pobreza	1	3	5	9
CA76	En que todos los países de CA tengan una única moneda	1	3	5	9

CA9. Y usted diría que en términos generales, los costarricenses nos parecemos mucho, algo, poco o nada a los habitantes de los otros países centroamericanos (SONDEO: en términos generales)

1. Mucho (SIGA CON CA9A) 2. Algo (HAGA CA9A Y CA9B)
 3. Poco 4. Nada (PASE CA9B) 9. NS/NR (PASE A INT1)

CA9A. ¿En qué nos parecemos? _____
 _____ 99. NS/NR (PASE A INT1)

CA9B. ¿En qué nos diferenciamos? _____
 _____ 99. NS/NR

INT1. Ahora dígame. ¿Ha usado usted internet en el último mes?

0. NO (PASE INT20) 1. Sí

INT11. ¿En qué lugares ha usado internet en el último mes? (PUEDE MARCAR VARIOS).

01. En la casa 02. Trabajo 03. Lugar donde estudia

04. Café internet 05. Centro comercial 06. Lugar de comidas

Otro (especifique) _____

INT2. ¿En general con qué frecuencia utiliza usted internet? (LEER OPCIONES)

1. Diariamente 2. Varias veces a la semana 3. Una o dos veces al mes

4. Casi nunca 9. NR

INT3. ¿Tiene correo electrónico? 1. SÍ 2. NO (PASE A INT7)

INT4. ¿Principalmente para qué lo utiliza?

NO LEER: 01. Comunicación con amigos y familiares

02. Para asuntos de trabajo 03. Asuntos de estudio

Otra: _____ 99. NS/NR

INT5. ¿Con qué frecuencia revisa usted su correo electrónico? (LEER OPCIONES)

1. Diariamente 2. Varias veces a la semana

3. Una o dos veces al mes 4. Casi nunca

INT6. En internet existen unos sitios llamados redes sociales donde las personas se comunican y comparten temas personales y de interés común. Conoce usted (LEER) (SI LA CONOCE PREGUNTE).

INT61. ¿Y es usted miembro de (LEER LA QUE CORRESPONDE)?

		INT6. CONOCE			INT61. MIEMBRO DE		
		SÍ	NO	NR	SÍ	NO	NR
INT61	HI5 (jaifaiv)	1	2	9	1	2	9
INT62	FACEBOOK (feisbuk)	1	2	9	1	2	9
INT63	MYSFACE (maispeis)	1	2	9	1	2	9
INT64	TWITTER (tuitier)	1	2	9	1	2	9

INT7. ¿De cuáles de las actividades en internet que le voy a leer, tiene usted el conocimiento para hacerlas? (LEER ACTIVIDADES) ¿Si tiene o no tiene?

		SÍ	NO	NS/NR
INT71	Descargar programas y documentos en internet	1	2	9
INT72	Navegar en internet (visitar páginas WEB o BLOGS)	1	2	9
INT73	Bloquear acceso a páginas de internet	1	2	9
INT74	Protegerse contra el ataque de virus	1	2	9
INT75	Jugar en línea (conectado a internet)	1	2	9

INT8. Y dígame, usted (LEER OPCIONES) ¿Sí o no?

		SÍ	NO	NS/NR
INT81	Ha recibido algún curso virtual (por internet)	1	2	9
INT82	Ha jugado en línea	1	2	9
INT83	Ha recibido un curso para usar la computadora	1	2	9
INT84	Ha sido atacado por un virus en su computadora	1	2	9
INT85	Ha participado en algún foro virtual (por internet)	1	2	9
INT86	Tiene una página web o blog	1	2	9
INT87	Ha recibido un curso para conectarse y usar internet	1	2	9

INT9. Le voy a leer algunas actividades que se pueden llevar a cabo en internet y quiero que me diga si las realiza diariamente, varias veces por semana, de vez en cuando o casi nunca

	¿Qué tan frecuente____? LEER ACTIVIDAD / LEER OPCIONES	Diaria- mente	Varias veces por semana	De vez en cuando	Casi nunca/ Nunca
INT90	Busca información para fines de estudio	1	2	3	4
INT91	Busca información para fines de trabajo	1	2	3	4
INT92	Ve videos en youtube (yutub)	1	2	3	4
INT93	Baja música o videos	1	2	3	4
INT94	Lee periódicos en línea	1	2	3	4
INT95	Chatea	1	2	3	4
INT96	Hace trámites administrativos	1	2	3	4
INT97	Realiza compras por internet	1	2	3	4
INT98	Realiza transacciones bancarias y pagos	1	2	3	4
INT99	Busca información para interés personal	1	2	3	4

INT20. Le voy a leer varias afirmaciones sobre internet y quiero que usted me diga si está de acuerdo o en desacuerdo con ellas. Empecemos, (LEER)... ¿Sí o No?

		SÍ	NO	NS/NR
INT20	Hacer transacciones bancarias por internet es peligroso	1	2	9
INT21	El uso de internet es poco útil para personas de la tercera edad	1	2	9
INT22	Internet y la computadora deberían usarse más en la educación	1	2	9
INT23	En general, la información que se encuentra en internet es poco confiable	1	2	9

INT24. Y en su opinión, qué tan importante es saber usar la computadora para navegar en internet: muy importante, importante, algo importante, poco o nada importante

1. Muy importante 2. Importante 3. Algo importante
4. Poco importante 5. Nada importante 9. NS/NR

INT25. Dígame, estaría usted de acuerdo o en desacuerdo, en que información personal suya como el expediente médico, su situación crediticia y su expediente judicial esté disponible para consulta en internet por parte de terceras personas?

1. De acuerdo 2. En desacuerdo 8. Otra: _____ 9. NS/NR.

INT27. Ahora, más concretamente, estaría usted de acuerdo con que esté disponible en internet (LEER) _____ ¿sí o no?

		SÍ	NO	NS/NR	Otra/ comentario
INT271	Su expediente médico para ser revisado por el médico cuando va a una consulta	1	2	9	
INT272	Su situación crediticia y financiera para que pueda ser revisada por un banco cuando solicita un préstamo	1	2	9	
INT273	Su trayectoria laboral para que pueda ser consultada por una empresa donde usted hizo una oferta de trabajo	1	2	9	
INT274	Su expediente judicial para ser consultado por una empresa o institución donde usted realiza un trámite o una gestión	1	2	9	
INT275	Su hoja de estudios con cursos y calificaciones para ser visto por una institución o universidad donde usted quiere estudiar	1	2	9	
INT276	Información sobre su simpatía política y si votó o no en una elección nacional	1	2	9	

P8. Tiene usted celular 1. SÍ 2. NO (PASE G10)

P8A Qué tipo de celular tiene usted, uno básico que sirve solo para realizar llamadas y enviar mensajes de texto, o uno más completo que sirve además para tomar fotos y oír música?

1. Uno básico (solo llamadas y mensajes de texto) (PASE A P8B4)
2. Uno más completo (toma fotos, reproduce música)

P8B. ¿Con qué frecuencia usted utiliza el celular para (LEER ACTIVIDAD Y OPCIONES DE FRECUENCIA), diariamente, varias veces por semana, varias veces al mes o casi nunca.

		Diariamente	Varias veces p/semana	Casi nunca
P8B1	Escuchar música	1	2	4
P8B2	Conectarse a internet	1	2	4
P8B3	Tomar fotos	1	2	4
P8B4	¿Con qué frecuencia usted utiliza el celular para hacer llamadas, diariamente, varias veces por semana o casi nunca	1	2	4
P8B5	Como despertador	1	2	4
P8B6	Utilizar los juegos que trae el aparato	1	2	4
P8B7	Enviar y recibir mensajes de texto	1	2	4
P8B8	¿Y como cuántos mensajes de texto manda al día? EN PROMEDIO	___/___/___		7. No sabe usarlo

P9B. Y en su opinión, las tarifas que se cobran por el servicio celular actualmente son altas, razonables o bajas.

1. Altas 2. Razonables 3. Bajas
7. NS 9. NR 8. Otra: _____

P9B1. ¿Y cuánto pagó de celular el último mes? (ANOTE LA CIFRA QUE INDIQUE O PIDA UNA VALOR APROXIMADO SI NO ESTÁ MUY SEGURO)

- ¢ ___/___/___/___/___/___ COLONES 8. No recuerda del todo
9. NR

P2. Anotar sexo 1. Hombre 2. Mujer

P3. ¿Cuál es su edad en años cumplidos? _____ Años

P4. ¿Cuál es el último grado de enseñanza que usted aprobó?

0. Ninguno 1. Primaria incompleta 2. Primaria completa
3. Secundaria incompleta 4. Secundaria completa 5. Preuniversitario
6. Universidad incompleta 7. Graduado universitario

Alguna persona del hogar cuenta con: (LEER)		SÍ	NO	NS/NR
P9	¿Con un vehículo que no sea de trabajo?	1	2	9
P10	¿Una computadora?	1	2 (PASE P5)	9
P10A	Tienen conexión a internet en la vivienda	1	2	9

P5. ¿Y a qué se dedica usted? ¿Cuál es su ocupación o actividad principal? (CON SUFICIENTE DETALLE)

01. Ama de casa 02. Solo estudiante 03. Pensionado
 04. Rentista 05. Desocupado
 06. Otro no trabaja (CUALQUIERA DE ESTOS CÓDIGOS PASE A P11)

11	Gerentes, subgerentes, directores y directivos de empresas públicas o privadas	21	Ingenieros, arquitectos, informáticos, físicos, químicos, matemáticos, estadísticos
22	Médicos, odontólogos, farmacéuticos, veterinarios, enfermeras	23	Profesores universitarios
24	Economistas, administradores de empresas y contadores públicos	25	Profesores de secundaria y maestros
26	Abogados	27	Otros profesionales
41	Secretarias, mecanógrafos, digitadores de texto	51	Camareros, meseros cantineros, cocineros, peluqueros, manicuristas
52	Vendedores, dependientes, demostradores	53	Policías, guardas y empleados de seguridad
50	Pequeños comerciantes, dueños de pulperías, tiendas, etc.	60	Pequeños agricultores por cuenta propia
70	Empresario, industrial o comerciantes mediano o grande	80	Finquero mediano o grande
61	Agricultores y trabajadores agropecuarios	71	Albañiles, carpinteros y trabajadores de construcción
72	Mecánicos y ajustadores de máquinas y equipo eléctrico	74	Carniceros, panaderos, sastres, ebanistas y otros artesanos
82	Operarios en el montaje y operación de máquinas	83	Choferes y operadores equipo pesado
91	Empleadas domésticas	92	Peones agropecuarios
94	Conserje, misceláneo	44	Administradores de pulpería, tienda, pequeño negocio

P6. (SOLO SI EL ENTREVISTADO TRABAJA) Y en ese trabajo es usted empleado, trabaja por cuenta propia, (sin empleados) o es patrono o trabajador familiar? (Sondee si es empleado en una empresa privada, en una oficina o ministerio del Gobierno Central o en una institución autónoma)

1. Empleado público (Gobierno central) 2. Empleado institución autónoma
 3. Empleado privado 4. Cuenta propia (Sin empleados)
 5. Patrono (Con 1 o más empleados) 6. Trabajador familiar

P11. ¿Usted diría que el salario o ingreso total que su familia recibe mensualmente les alcanza o no les alcanza para cubrir sus gastos?

A. Si les alcanza

- | |
|------------------------------------------------|
| 1. Les alcanza bien, pueden ahorrar |
| 2. Les alcanza justo, sin grandes dificultades |

B. No les alcanza

- | |
|------------------------------------------------|
| 3. No les alcanza, tienen dificultades |
| 4. No les alcanza, tienen grandes dificultades |

P13A. Unas preguntas finales. ¿Cuál es su religión o a qué iglesia o movimiento religioso pertenece?

00. No tiene religión 01. Católico 02. Católico no practicante
 03. Evangélico 04. Testigo de Jehová 77. Ateo
 08. Cristiano 99. NR
 18. Otra (anotar) _____

P14. Algunas personas quieren modificar el artículo de la Constitución que establece como la religión oficial del Estado la religión católica. ¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con este cambio?

1. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 5. En desacuerdo 9. NS/NR

P1. ¿Y con cuál partido político simpatiza usted o se identifica actualmente?

01. PLN 02. PAC 03. PUSC
 04. Movimiento Libertario 08. Otro _____
 77. Ninguno 99. NR

ANOTE: FECHA: _____ HORA: _____ ENTREVISTADOR(A): _____

DESPÍDASE Y DÉ LAS GRACIAS POR LA COOPERACIÓN

EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

- I. **SELECCIÓN ÚNICA:** a continuación se le dan 4 preguntas de selección única, marque con una equis la opción que conteste en forma correcta y verdadera la proposición dada.
1. La prueba del cuestionario tiene fundamentalmente el propósito siguiente:
 - a) Determinar cómo funciona el cuestionario y si se entienden las preguntas.
 - b) Obtener alguna información preliminar sobre el problema que interesa estudiar.
 - c) Lograr información sobre la variabilidad de la población, para seleccionar adecuadamente el tamaño de la muestra.
 - d) Recoger información sobre las preocupaciones y opiniones de las personas, que sirvan para decidir los objetivos de la encuesta.
 2. El orden de las preguntas en un cuestionario, en cada tema, debe ser el siguiente:
 - a) Las preguntas más específicas deben ir primero, a fin de obtener la información que interesa tan pronto como se pueda.
 - b) Las preguntas generales deben ir primero, para ir ganando la confianza del entrevistado paulatinamente.
 - c) Las preguntas específicas y generales deben ir mezcladas, de manera que se mantenga el interés del entrevistado.
 - d) Es un asunto que depende principalmente de los gustos del investigador.
 3. La codificación consiste en uno de los procesos siguientes:
 - a) Contar el número de respuestas que corresponden a las diferentes categorías de una variable.
 - b) Decidir el número de categoría con que se van a clasificar las respuestas de cada una de las preguntas.
 - c) Examinar cada respuesta y asignarle un número con base en ciertos criterios establecidos.
 - d) Decidir, con base en las respuestas a las preguntas, si las hipótesis planteadas en la investigación son ciertas o falsas.

4. En las encuestas industriales, agrícolas, de producción y de hogares que se realizan cara a cara, ¿cómo se llama la etapa del estudio en la que se realiza la revisión integral de la forma como ha sido llenado el cuestionario?

- a) Trabajo de campo
- b) Crítica
- c) Revisión
- d) Verificación cualitativa

II. **COMPLETAR:** a continuación se le dan 4 preguntas que debe completar en los espacios indicados para tal efecto.

1. a) Una pregunta se dice que es _____ si al ser aplicada bajo las mismas condiciones, a los mismos sujetos, produce en cada uno la misma respuesta.

b) Al ser aplicada una pregunta, cuyas respuestas reflejan la realidad, se dice que es _____

2. a) Una de las principales ventajas de las preguntas cerradas es _____

b) Una de las principales ventajas de las preguntas abiertas es _____

c) Una desventaja importante de las preguntas cerradas es _____

d) Una desventaja importante de las preguntas abiertas es _____

3. Cuando una o varias preguntas influyen, de forma sistemática, en la respuesta a otra u otras posteriores, se dice que se da un efecto de _____

4. *En su opinión, qué tipo de fallas presenta la formulación de la siguiente pregunta: "¿Me podría decir cuál es la marca, el modelo y el cilindraje de su vehículo?"*

Marca: _____ Modelo: _____

Cilindraje: _____ No tiene vehículo _____

4. En las encuestas industriales, agrícolas, de producción y de hogares que se realizan cara a cara, ¿cómo se llama la etapa del estudio en la que se realiza la revisión integral de la forma como ha sido llenado el cuestionario?
- Trabajo de campo
 - Crítica
 - Revisión
 - Verificación cualitativa
- II. COMPLETAR: a continuación se le dan 4 preguntas que debe completar en los espacios indicados para tal efecto.
1. a) Una pregunta se dice que es _____ si al ser aplicada bajo las mismas condiciones, a los mismos sujetos, produce en cada uno la misma respuesta.
- b) Al ser aplicada una pregunta, cuyas respuestas reflejan la realidad, se dice que es _____
2. a) Una de las principales ventajas de las preguntas cerradas es _____
- b) Una de las principales ventajas de las preguntas abiertas es _____
- c) Una desventaja importante de las preguntas cerradas es _____
- d) Una desventaja importante de las preguntas abiertas es _____
3. Cuando una o varias preguntas influyen, de forma sistemática, en la respuesta a otra u otras posteriores, se dice que se da un efecto de _____
4. En su opinión, qué tipo de fallas presenta la formulación de la siguiente pregunta: "¿Me podría decir cuál es la marca, el modelo y el cilindraje de su vehículo?"
- Marca: _____ Modelo: _____
- Cilindraje: _____ No tiene vehículo _____

IV. **DESARROLLO:** a continuación, se le dan 8 preguntas que usted debe desarrollar según lo estudiado en el capítulo.

1. ¿Cuáles son las tres funciones básicas que cumple el cuestionario en una encuesta?
2. En el desarrollo de este capítulo, se ha hecho una distinción entre preguntas del cuestionario e interrogantes o preguntas de la investigación.
 - a) ¿Escriba un párrafo corto indicando qué es una interrogante o pregunta de investigación y qué es una pregunta del cuestionario?
 - b) Explique por qué es esencial, en la construcción de cuestionarios, la distinción entre interrogante o pregunta de investigación y pregunta del cuestionario.
3. ¿A cuáles preguntas se les llama de "calentamiento" y por qué son importantes?
4. Para cada una de las preguntas que se presentan seguidamente, indique si se trata de una pregunta abierta, cerrada o semiabierta, y qué tipo corresponde según la naturaleza de la información que indaga.
 - a) Si los aspirantes a la candidatura del Partido Liberación Nacional en el 2014, fueran Johnny Araya, Rodrigo Arias, Antonio Álvarez y Luis Gerardo Villanueva, ¿por cuál votaría usted?
 1. Johnny Araya
 2. Rodrigo Arias
 3. Antonio Álvarez
 4. Luis Gerardo Villanueva
 5. Cualquiera
 6. No es liberacionista
 7. Muy pronto para saber /NS
 9. NR
 0. Nunca vota
 - b) Y ahora, con toda confianza, ¿qué le ha parecido esta entrevista?

 - c) ¿Cuál es el último grado o año de enseñanza que usted aprobó?
 0. Sin estudios
 2. Primaria incompleta
 3. Primaria completa
 4. Secundaria incompleta.
 5. Secundaria completa
 6. Universidad incompleta
 7. Parauniversitaria
 8. Graduado universitario
 9. NR
 - d) ¿Cuál es la marca de pantalón de mezclilla preferida por usted?

- e) Si tuviera que estudiar, trabajar o vivir cerca de un protestante, ¿preferiría que fuera un protestante de toda la vida o un católico que se haya convertido al protestantismo?
1. Protestante de toda la vida 2. Católico convertido 3. Indiferente
 8. NS 9. NR Otra(especifique)_____
- f) ¿En los dos últimos fines de semana, asistió usted a algún centro de recreación o diversión? (Por ejemplo: cine, estadio, salón de baile, parque de diversiones paseo o excursión.)
1. SÍ 2. NO 9. NR
- g) ¿Está usted matriculado actualmente en alguna universidad o colegio universitario?
1. Sí ¿En cuál? _____
 2. No (AGRADEZCA COLABORACIÓN Y DÉ POR TERMINADA LA ENTREVISTA)
5. La empresa Vanilux, productora del jabón de tocador *Pretty Face*, realizó una investigación con el objeto de saber la opinión de las consumidoras sobre diversas características de su producto. Se hicieron, en total, 200 entrevistas a consumidoras residentes en el mismo sector de la ciudad donde está ubicada la empresa, un barrio obrero. Una de las preguntas del cuestionario fue la siguiente:
- Como usted sabe, nuestros productos son usados por las más famosas estrellas de cine. Ahora bien, en su opinión, ¿nuestro jabón de tocador *Pretty Face* le da verdadera suavidad y belleza al cutis de la mujer?
1. SÍ 2. NO
- a) ¿Qué opinión le merece a usted la validez de los datos así recogidos?
- b) ¿Hay alguna otra razón para dudar de la representatividad del estudio?
6. La empresa La Perlática procesa y distribuye leche fluida en cajas tipo *tetrabrik*, en una ciudad cuya población es cercana a los dos millones de habitantes, y desea obtener cierta información en relación con el consumo familiar de leche;²¹ ya que para fines industriales y por empresas de servicios (hoteles, restaurantes, sodas, etc.), se tiene un estudio realizado. Específicamente, La Perlática desea conocer:
- a) ¿Qué participación tiene su producto dentro del mercado de leche, o sea, qué proporción del total de leche que se vende en la ciudad es marca La Perlática, y cuál corresponde a otros distribuidores?
- b) ¿Qué opina el público consumidor de la leche que distribuye La Perlática?
21. Puede suponer, como referencia, que se trata del Área Metropolitana de San José.

- c) ¿Por qué razón ciertas familias no consumen leche y por qué algunas de las que la consumen prefieren otras marcas y no La Perlática?

Para obtener la información anterior, se ha decidido realizar una encuesta dirigida a las amas de casa y llenar el cuestionario por medio de entrevista telefónica, pues se sabe que cerca de un 90% de las familias dispone de teléfono de línea fija. Se espera realizar unas 500 entrevistas y los datos se procesarán electrónicamente.

Confeccione un cuestionario simple y atractivo que permita obtener la información deseada y pueda ser utilizado para registrar directamente los datos (sugerencia: defina primero la unidad de estudio y haga una lista detallada de los temas que se quieren investigar, proceda luego a preparar un primer cuestionario y pruébelo con algunas amas de casa. Hecho esto, confeccione el definitivo). No olvide asegurarse de que el cuestionario responda a las necesidades del estudio. Procure no incluir preguntas "interesantes" pero superfluas, sin embargo esté atento a insertar algunas no solicitadas, las cuales contribuyan a interpretar mejor la información.

7. Qué crítica se le puede hacer a la siguiente pregunta:

Preg. 18. Las filas en la Caja del Seguro Social son el problema más grave que tiene el país y debe ser resuelto directamente por el propio Presidente de la República. ¿Está usted de acuerdo o en desacuerdo con esta afirmación?

8. En un referéndum realizado en Nueva Zelanda, en el 2009, sobre el tema de la prohibición de la fuerza o la violencia para disciplinar a los niños, la propuesta sometida a votación se redactó en los siguiente forma (traducción libre):²²

"Debería un manotazo o una bofetada, como parte de una buena práctica disciplinaria de los padres, ser una acción castigada por la ley como un delito. ¿SÍ o NO?"

Evalúe la pregunta, diga si le parece bien redactada o no, y explique las razones en las que fundamenta su opinión.

22. La versión original en inglés fue "Should a smack, as part of good parental correction, be a criminal offence in New Zealand?"

RESPUESTA A LOS EJERCICIOS DE AUTOEVALUACIÓN

I. SELECCIÓN ÚNICA

1. a)
2. b)
3. c)
4. b)

II. COMPLETAR

1. a) Confiable
b) Válida
5. a) Ventaja de la PREGUNTA CERRADA: por ser "precodificadas" las opciones de respuesta, la pregunta queda codificada cuando se marca la respuesta que da el entrevistado.
b) Ventaja de la PREGUNTA ABIERTA: da la oportunidad al entrevistado de contestar en sus propios términos y de explicar su marco de referencia.
c) Desventaja de la PREGUNTA CERRADA: puede forzar al entrevistado a dar una respuesta o juicio sobre un tema del cual no tiene una opinión muy clara.
d) Desventaja de la PREGUNTA ABIERTA: el procesamiento de los datos es más complicado, porque hay que diseñar un sistema de categorías para la clasificación de sus respuestas, y la asignación de los códigos es un proceso manual que requiere un trabajo laborioso, cuidadoso y lento.
6. Contaminación
7. La formulación de esta pregunta tiene las siguientes fallas:
 - a) El uso de términos imprecisos, los cuales no especifican claramente la información que se desea recoger. Tal es el caso de modelo y cilindraje del vehículo: un informante podría responder que su vehículo es un sedan de 1300 cc, y otro indicaría que es de 1980 y de 6 cilindros.

- b) Tal y como se plantea, se están solicitando cuatro datos al mismo tiempo: tenencia, marca, modelo y cilindraje del vehículo, con esto se puede confundir al entrevistado y atrasar la labor del entrevistador. Una posible solución a este problema es que el entrevistador solicite una información a la vez, o bien se cambie la redacción de la pregunta.

IV. DESARROLLO

1. Las tres funciones básicas del cuestionario son: a) obtener las respuestas que suministren los datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación; b) ayudar al entrevistador en la tarea de motivar al informante para que brinde la información requerida y c) facilitar y simplificar la etapa del procesamiento de los datos, como instrumento de codificación y grabación.
2. a) Una interrogante es una preocupación, un punto básico que debe aclarar la investigación o estudio; se traducen a una o varias preguntas que puedan ser entendidas y respondidas adecuadamente por los entrevistados, estas son las preguntas de cuestionario.
b) Esta distinción es esencial porque las interrogantes son de tipo abstracto y para estudiarlas deben trasladarse a preguntas concretas, en un lenguaje sencillo y claro que sea comprendido por el entrevistado. En caso contrario, se podrían obtener respuestas inexactas, incompletas o falseadas.
3. Las preguntas de "calentamiento" son aquellas que se colocan al principio del cuestionario, son generales o de poco interés para el estudio, pero el entrevistado las responderá sin problema alguno. Su objetivo es que el entrevistado hable de un tema de su dominio y no comprometedor, lograr el clima de confianza requerido para obtener respuestas veraces a las preguntas específicas o de mayor dificultad.
- 4.

Tipo de pregunta	Naturaleza de la pregunta
a) cerrada	intención-preferencia
b) abierta	opinión
c) abierta de registro cerrado	hechos
d) abierta	opinión
e) cerrada	actitud
f) cerrada	acción o comportamiento
g) cerrada	hechos—"filtro"

5. a) La frase "nuestros productos son usados por las más famosas estrellas de cine", que aparece en la introducción a esta pregunta, tiene una fuerte carga emocional y, como consecuencia, inducirá a las entrevistadas a responder, con frecuencia, afirmativamente a la pregunta. Por esta razón, los datos así recogidos no reflejarán la realidad de la opinión de las entrevistadas, es decir no serían válidos.
- b) Por otro lado, el estudio posiblemente no es representativo, ya que en la encuesta se usó una muestra de conveniencia y, quizá los resultados estén sesgados debido a que las consumidoras entrevistadas viven en el barrio donde se ubica la empresa, además solo representan la opinión de las mujeres de un barrio obrero.
6. Cuestionario pedido en ejercicio 6.

No. Cuestionario / / / /

**ENCUESTA SOBRE CONSUMO FAMILIAR DE LECHE EN LA CIUDAD DE CAMELOT
REALIZADO POR ESTUDIOS MODERNOS DE MERCADO S. A. - JULIO DEL 2010**

NOMBRE ENTREVISTADA: _____ TELÉFONO: _____

HORA INICIO: ____ + ____ CANTÓN: _____ DISTRITO: _____

Introducción: Buenos (días, tardes). Estamos realizando una encuesta con el fin de obtener información sobre el consumo familiar de leche. Le agradeceremos mucho su colaboración al brindarnos unos minutos de su tiempo para contestar a las siguientes preguntas. La información que suministre es estrictamente confidencial.

- P1. Para empezar, me gustaría preguntarle ¿cuáles de los siguientes productos se consumen regularmente en su hogar?

PRODUCTO	SÍ	NO
Refrescos gaseosos	1	2
Leche	1	2 (PASE A P6)
Agua embotellada	1	2
Jugos y néctares	1	2

- P2. ¿Qué marca de leche acostumbran comprar la mayoría de las veces?
(ENCERRAR CÓDIGO EN P2, SI COMPRA DOS MARCAS ENCIERRE AMBAS Y PREGUNTE LO QUE SIGUE PARA LAS DOS)

- P2A. Y qué tipo de empaque acostumbran comprar: ¿bolsa o tetrabrik? (MARCAR EN P2A)

P2B. ¿En una semana, cuántas unidades **compran**? (ANOTAR EN P2B)

P2C. ¿Qué tamaño compran la mayoría de las veces? (ANOTAR EN P2C)

P2 MARCA	P2A EMPAQUE		P2B UNIDADES	P2C TAMAÑO
	TB	Bolsa		
1. Dos Cipreses	1	2		
2. La Villa	1	2		
3. Perlática	1	2		
4. Camelot	1	2		
5. Otra (¿Cuál?)	1	2		

P3. ¿Por qué razón prefiere usted esa marca de leche? (LA QUE CONSUME, P2) o ¿por qué razón compra más de esa marca? (LA QUE CONSUME MÁS)
(NO LEER OPCIONES, ENCERRAR LA QUE MÁS SE AJUSTA A LA RESPUESTA, PUEDE ACEPTAR DOS RESPUESTAS)

1. Es de mejor calidad 2. Es más barata
 3. Es la única que se consigue 4. Es la que más le gusta a la familia
 Otra (anotar): _____ 9. NS/NR

P4. ¿La mayoría de las veces en qué tipo de establecimiento acostumbran realizar la compra de la leche?

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	
Supermercado	01
Minisuper	02
Pulpería/abastecedor	03
Almacén	04
Mercado	05
Otro, ¿cuál?:	98

P5. ENTREVISTADOR: SI CONSUME LECHE LA PERLÁTICA PASE A P7, CASO CONTRARIO HAGA LA PREGUNTA SIGUIENTE:

¿Por qué no consumen ustedes leche La Perlática? (NO LEER OPCIONES, ENCERRAR LA QUE MÁS SE JUSTA, PUEDE ACEPTAR DOS RESPUESTAS)

01. Nunca ha oído de esa marca 02. Mala calidad
 03. La encuentra cara 04. No se consigue
 05. No le gusta el empaque 09. NS/NR
 88. Otra razón: _____ (PASE A PREG 7)

P6. ¿Me podría decir por qué razón su familia no consume leche?

_____ 99. NS/NR

P7. Ahora dígame, ¿cuántas personas viven permanentemente en la vivienda?
(ANOTE ABAJO EN LA TABLA Y PROCEDA IGUAL CON LOS OTROS DATOS)

P7A ¿Cuántas tienen 12 años o menos?

P7B ¿Cuántas entre 13 y 17 años?

P7C ¿Cuántas son de 18 años y más?

VERIFIQUE QUE LA SUMA CIERRE CON EL TOTAL, SI NO ES ASÍ INDAGUE PARA ACLARAR LA DIFERENCIA

TOTAL.....	
12 años o menos.....	
13 a 17 años	
18 años o más.....	

P8. Para fines del estudio me gustaría saber cuál es aproximadamente el ingreso mensual de la familia, tomando en cuenta salarios y otros ingresos que reciben. Para facilitar la respuesta, le voy a ir leyendo las categorías y usted simplemente me dice dentro de cuál de ellas está el de su familia. Veamos, (LEER) (MARCAR LA QUE INDIQUE)

- Menos de 100 mil colones por mes..... 1
- Entre 100 mil y 199 mil..... 2
- Entre 200 mil y 299 mil..... 3
- Entre 300 mil y 399 mil..... 4
- Entre 400 mil y 499 mil..... 5
- Entre 500 mil y 749 mil..... 6
- Entre 750 mil y 999 mil..... 7
- Entre un millón y un millón 499 mil colones..... 8
- Entre millón y medio y dos millones 9
- Más de 2 millones de colones 10
- 99 NR

P9. Unas preguntas finales. ¿Cuál es su edad en años cumplidos?: _____ años

P10. ¿Y cuál es el último grado de enseñanza que usted aprobó?

- | | |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 0. <input type="checkbox"/> Ninguno | 1. <input type="checkbox"/> Primaria incompleta |
| 2. <input type="checkbox"/> Primaria completa | 3. <input type="checkbox"/> Secundaria incompleta |
| 4. <input type="checkbox"/> Secundaria completa | 5. <input type="checkbox"/> Parauniversitario |
| 6. <input type="checkbox"/> Universidad incompleta | 7. <input type="checkbox"/> Graduado universitario |

P11. Ahora dígame, en la vivienda tienen (LEER) ¿Sí o no?

		SÍ	NO	NR
P11A	¿Vehículo no de trabajo?	1	2	9
P11B	¿Computadora?	1	2	9
P11C	Conexión a internet	1	2	9
P11D	T.v. por cable	1	2	9

P12. Y dígame, ¿acostumbra oír radio? Y ¿cuál es su emisora preferida?

00. No oye radio 01. Sí oye radio P12A. Emisora preferida: _____

P13. ¿Acostumbra ver TV?

1. SÍ 2. NO (FIN ENTREVISTA, AGRADEZCA Y DESPÍDASE)

P13A. Y, ¿cuáles son sus dos programas de televisión preferidos?

HORA FINAL: _____ FECHA: _____

ENTREVISTADOR: _____

Observaciones acerca del cuestionario para la Encuesta de Consumo Familiar de Leche en la Ciudad de Camelot.

1. Para facilitarle la labor al entrevistador, se ha introducido en el cuestionario una breve presentación en la que se destaca la confidencialidad de la información suministrada. En el trabajo de encuesta, este concepto es muy importante; a pesar de ello, puede observarse que se incluye el nombre de la entrevistada (sin apellidos), esto se hace por varias razones: a) permite verificar más adelante si la entrevista se realizó efectivamente y b) el entrevistador puede dirigirse a la entrevistada por su nombre, con el fin de crear un clima de confianza y respeto. Esta información no será considerada en las etapas posteriores del procesamiento de los datos, ni en el análisis.
2. También se han incluido instrucciones para el entrevistador, las cuales aparecen entre paréntesis y en mayúscula para saber que no debe leerlas a la entrevistada, y así no le provoque molestias con preguntas u observaciones impertinentes.
3. Se ha considerado conveniente incluir una serie de preguntas que parecen no responder a los interrogantes de la investigación, pero permitirán caracterizar a las familias y orientar las decisiones en campos como la publicidad y la distribución de la leche. Así, con el fin de identificar el nivel socioeconómico familiar, se introdujeron

las preguntas 8, 10 y 11 –nivel de ingreso, nivel de educación y tenencia de algunos aparatos–. Las dos últimas podrían servir para validar el nivel de ingreso o para elaborar un indicador del nivel socioeconómico de la familia, si la pregunta P8 no funciona bien.

Las preguntas P12A y P13A, a su vez, podrían ser útiles para dar algunas orientaciones acerca de la política de publicidad de La Perlática.²³

4. Como puede observarse, se han asignado códigos a las opciones de las preguntas cerradas y a las de las abiertas con registro cerrado, y se ha dejado espacio en el margen derecho para anotar los códigos de las abiertas y semiabiertas, para facilitar la codificación y captura posterior de los datos.

Esta pregunta es **bidimensional**, ya que plantea dos cosas: “filas en CCSS es el problema más grave del país” y “debe ser resuelto por el propio Presidente de la República”. La persona puede dudar o confundirse, por una parte, porque no lo considere el problema más grave del país, y por otra, aunque así fuera, puede pensar que la solución le corresponde a la Caja del Seguro Social y no al Presidente de la República.

Esta pregunta produjo mucha discusión y crítica en Nueva Zelanda, pues se la consideró ambigua y “cargada”, primero porque presupone que “smacking” –castigar físicamente con un “manotazo”– es parte de una buena práctica de los padres para disciplinar a sus hijos y, segundo, en cierta forma sugiere que quienes castigan físicamente a los niños son o pueden ser vistos como delincuentes o criminales.

23. Aunque lo usual es que las políticas de publicidad se fijen usando los *ratings* de televisión –obtenidos por medio de procedimientos de registro usando *people meters*– o por encuestas a hogares, en el caso de la radio, la información de las preguntas incluidas en el cuestionario puede dar algunas ideas o percepciones que ayuden a evaluar esas acciones de publicidad o a ajustar alguna de ellas.

LC
RESuma
4.1.
4.2.
4.3.
4.4.
4.5.
4.6.
4.7.
4.8.
4.9.
4.10.

las preguntas 8, 10 y 11 –nivel de ingreso, nivel de educación y tenencia de algunos aparatos–. Las dos últimas podrían servir para validar el nivel de ingreso o para elaborar un indicador del nivel socioeconómico de la familia, si la pregunta P8 no funciona bien.

Las preguntas P12A y P13A, a su vez, podrían ser útiles para dar algunas orientaciones acerca de la política de publicidad de La Perlática.²³

4. Como puede observarse, se han asignado códigos a las opciones de las preguntas cerradas y a las de las abiertas con registro cerrado, y se ha dejado espacio en el margen derecho para anotar los códigos de las abiertas y semiabiertas, para facilitar la codificación y captura posterior de los datos.

Esta pregunta es **bidimensional**, ya que plantea dos cosas: “filas en CCSS es el problema más grave del país” y “debe ser resuelto por el propio Presidente de la República”. La persona puede dudar o confundirse, por una parte, porque no lo considere el problema más grave del país, y por otra, aunque así fuera, puede pensar que la solución le corresponde a la Caja del Seguro Social y no al Presidente de la República.

Esta pregunta produjo mucha discusión y crítica en Nueva Zelanda, pues se la consideró ambigua y “cargada”, primero porque presupone que “smacking” –castigar físicamente con un “manotazo”– es parte de una buena práctica de los padres para disciplinar a sus hijos y, segundo, en cierta forma sugiere que quienes castigan físicamente a los niños son o pueden ser vistos como delincuentes o criminales.

23. Aunque lo usual es que las políticas de publicidad se fijen usando los *ratings* de televisión –obtenidos por medio de procedimientos de registro usando *people meters*– o por encuestas a hogares, en el caso de la radio, la información de las preguntas incluidas en el cuestionario puede dar algunas ideas o percepciones que ayuden a evaluar esas acciones de publicidad o a ajustar alguna de ellas.