



CAPACIDAD 4

INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.

OBJETIVO

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres, ideas, opiniones, actitudes predominantes de la población a estudiar. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Una vez identificada la población con la que se trabajará, entonces se decide si se recogerán datos de la población total (universo) o de una muestra representativa de ella (número limitado de individuos pertenecientes a la población a estudiar). El método elegido dependerá de la naturaleza del problema y de la finalidad para la que se desee utilizar los datos.

ENCUESTA

Es un procedimiento dentro del diseño de investigación descriptiva, en el que el investigador recopila datos del universo o la muestra seleccionada, por medio de un cuestionario previamente diseñado de acuerdo a la entrevista a seguir, sin modificar el entorno.

CARACTERÍSTICAS DE UNA ENCUESTA

- ✓ Mide las relaciones entre las distintas variables.
- ✓ Permite conocer la opinión del público acerca de determinado tema.
- ✓ Investiga previamente las características de la población para hacer las preguntas correctas.

PROCEDIMIENTO PARA CONFECCIONAR UNA ENCUESTA

- 1- Definir el tipo de encuesta.
- 2- Preparar el cuestionario.
- 3- Designar a los encuestadores.
- 4- Acordar un periodo de tiempo para realizarla (fecha de inicio y finalización).
- 5- Tabular los datos.
- 6- Anotar los resultados.

TIPOS DE ENCUESTA

1) Según sus Objetivos:

- Encuestas Descriptivas: Reflejan o documentan las actitudes o condiciones presentes. Esto significa que intentan describir en qué situación se encuentra una determinada población en el momento en que se realiza una encuesta.

Ejemplo:

| DEPARTAMENTOS | % DE ALUMNOS QUE TERMINARON ESCUELA PRIMARIA | % DE ALUMNOS QUE TERMINARON ESCUELA SECUNDARIA |
|---------------|--|--|
| CAPITAL | 95 | 70 |
| ALBARDÓN | 85 | 60 |
| IGLESIA | 70 | 40 |



- Encuestas Analíticas: Buscan, además de describir, explicar los **Por Qué** de una determinada situación.

Ejemplo:

Los % en los niveles de educación secundaria son menores a los de primaria porque en muchos casos los adolescentes deben trabajar para ayudar a sus familias en el sostenimiento del hogar por lo que abandonan la escuela.

2) Según sus Preguntas:

- Encuesta de Respuesta abierta: el entrevistado debe elaborar la respuesta, implica libertad para responder ampliamente. Es más difícil de tabular.

Ejemplo: *Color preferido para el auto.

*Material que prefiere para la construcción de un quincho.

*Modelo de zapatillas que usa.

- Encuesta de Respuesta cerrada: el encuestado deberá elegir una de las opciones que se presentan en un listado que formularon los investigadores. Es más fácil de tabular.

Ejemplo: Color de auto: Blanco
Rojo
Negro

Construcción del Quincho: Ladrillo
Madera
Caña

- Encuesta de Respuesta Mixta: combina las dos anteriores en etapas.

Ejemplo: en el caso de las zapatillas:

Usa zapatillas: Deportivas
Urbanas

En el caso de ser deportivas, ¿en qué deporte las usas?.....

3) Según el Medio de Captura.

- Papel: se usa en lugares donde no hay señal de internet o se requiera el registro físico para su posterior procesamiento (ej: censos). A pesar de los avances tecnológicos el papel sigue usándose porque la tasa de rechazo es muy baja especialmente cuando la realiza personalmente un encuestador.

- Telefonía: se usa para cuestionarios cortos, no más de 10 preguntas, y se desean obtener resultados inmediatos. Generalmente se usan en el sondeo de opiniones, política, recordación publicitaria, posicionamiento de marcas, etc.

- Páginas Web: suelen usarse para encuestas auto-administradas, es decir, cuando no sea requerido un encuestador. Desventaja: tasa de respuesta baja por falta de motivación, salvo que haya algún premio, pago o interés en el resultado del estudio.

- Dispositivos Móviles: permiten su aplicación con encuestadores grabando los datos directamente en algún dispositivo tipo teléfono celular, tablet, notebook, etc. (tengan o no conexión a internet). Desventaja: el principal problema es el costo del dispositivo y además que no se puede usar en sitios de alta tasa de delincuencia.

VENTAJAS EN EL USO DE ENCUESTAS

- ⇒ Bajo costo.
- ⇒ Información exacta por contacto directo.
- ⇒ Técnica muy utilizada y que permite obtener información en cualquier tipo de población.
- ⇒ Mayor rapidez en la obtención de resultados.
- ⇒ Gran capacidad para estandarizar datos, lo que ayuda en el tratamiento informático y el análisis estadístico.

DESVENTAJAS EN EL USO DE ENCUESTAS

- ⇒ El planeamiento y ejecución de la investigación suele ser más complejo que si se realizara por censo.
- ⇒ Requiere para su diseño de profesionales más capacitados.

CUESTIONARIOS

Una de las formas de recabar información en las encuestas es a través de cuestionarios. Por ello se deberá tener presente que la calidad de las respuestas obtenidas dependerá, en gran medida, de la forma en que se planteen las preguntas a los grupos que esté dirigida la encuesta.

PASOS PARA ELABORAR UN CUESTIONARIO

Antes de comenzar a escribir el cuestionario, se debe identificar y jerarquizar la información que se necesita y pensar por qué se requiere.

1. Determinar qué información se quiere

Para contar con un panorama general sobre cuál es la información que se busca, es necesario responder a las siguientes preguntas:

- a) ¿Cuál es el objetivo de la investigación?
- b) ¿Cuáles son los datos más relevantes que se desea obtener?
- c) ¿Cuáles son los datos complementarios?

Ejemplo:

Se quiere saber si el producto de la empresa (pre-pizzas) se podrá vender fácilmente en un nuevo segmento de mercado, por lo que se deberá preguntar:

- ¿Qué costumbres tiene ese grupo?
- ¿Qué nivel económico posee?
- ¿Cuáles son sus preferencias?
- ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades del producto frente a este nuevo grupo de personas?
- Etc.

Por lo tanto, las preguntas que se incluyan en el cuestionario deben tocar todos estos temas. De lo contrario, la investigación quedará incompleta.

2. Determinar qué tipo de cuestionario se va a diseñar

Se deberá elegir entre las diversas opciones vistas en "Tipos de Encuesta".

3. Determinar el contenido de las preguntas individuales

Para lograr un cuestionario adecuado tenemos que tener en cuenta:

- ¿Es necesaria la pregunta?

Por ejemplo, una pregunta innecesaria en un estudio sobre automóviles para a gente joven sería la siguiente: “Si usted tuviera dinero, ¿cambiaría de automóvil este año?”

- Nunca deben reunirse dos preguntas en un solo planteamiento.

Por ejemplo: una pregunta como ésta: “¿Cree usted que los automóviles de fabricación europea tienen mayor valor de reventa que otros similares y un mayor rendimiento de combustible?”

- ¿Tiene el entrevistado la información solicitada?

Al elaborarse el cuestionario, debe definirse quién será la persona que responda ya que deberá ser la más adecuada para proporcionar la información requerida.

Por ejemplo, si se desea recabar datos acerca de la actitud de los jefes de compras de la localidad respecto a los purificadores de aire, al diseñar y dirigir la encuesta deberá procurarse entrevistar precisamente a dichos jefes de compras o, en todo caso, a sus colaboradores más cercanos.

- ¿Está el material solicitado dentro de la experiencia del entrevistado y/o las puede responder con facilidad?

Muchas veces el entrevistado no proporciona los datos tan sólo porque no puede hacerlo al desconocer el tema.

Por ejemplo, la búsqueda de información en archivos de años anteriores.

- El entrevistado no da la información porque no desea proporcionarla:

Así es el caso de personas a las que no les gusta que les pregunten su edad, peso, nivel de ingreso mensual o no desean revelar algunas costumbres o conductas.