

NOTAS DE CLASE



# EL CAMINO DEL ÉXITO DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Lucas Caballero Martínez  
Universidad Cooperativa de Colombia  
Sede Ibagué

Documentos de docencia | Course Work  
Coursework.ucc.edu.co  
N° 30, diciembre de 2017  
doi: <https://doi.org/10.16925/greylit.2282>

## NOTA LEGAL

El presente documento de trabajo ha sido incluido dentro de nuestro repositorio de literatura gris por solicitud del autor, con fines informativos, educativos o académicos. Asimismo, los argumentos, datos y análisis incluidos en el texto son responsabilidad absoluta del autor y no representan la opinión del Fondo Editorial o de la Universidad.

## DISCLAIMER

*This coursework paper has been uploaded to our grey literature repository due to the request of the author. This document should be used for informational, educational or academic purposes only. Arguments, data and analysis included in this document represent authors' opinion not the Press or the University*



NOTAS DE CLASE



# EL CAMINO DEL ÉXITO DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Lucas Caballero Martínez

## ACERCA DEL AUTOR

Lucas Caballero-Martínez. Magíster en Educación, profesor investigador del programa de Derecho, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué, Colombia.

Correo electrónico:

lucas.caballero@campusucc.edu.co

## CÓMO CITAR ESTE DOCUMENTO

Caballero-Martínez, L. (2017). *El camino del éxito de las encuestas y entrevistas*. (Documento de docencia N° 30). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. Doi: <https://doi.org/10.16925/greylit.2282>

Este documento puede ser consultado, descargado o reproducido desde nuestro repositorio de documentos de trabajo (<http://coursework.ucc.edu.co>) para uso de sus contenidos, bajo la licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



# TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
MARCO TEÓRICO	8
LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN	8
OBJETIVOS	9
Objetivos generales	9
Objetivos específicos	9
EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS ENCUESTAS	9
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y PROCEDIMIENTOS DE LA PRÁCTICA	11
Paso 1: precisar el perfil del encuestador o entrevistador	11
Paso 2: definir la metodología de investigación	11
Paso 3: especificar los tipos de estudio	12
Paso 4: definir la técnica para recolección de la información	13
<i>La encuesta</i>	13
<i>La entrevista</i>	16
Paso 5: construir los instrumentos para la recolección de la información	18
<i>Recomendaciones para la construcción de instrumentos</i>	18
<i>Tipos de preguntas</i>	19
Paso 6: seleccionar la población y la muestra	20
APÉNDICE A. EJEMPLO DE UNA ENCUESTA EN LA QUE SE APLICAN DIFERENTES TIPOS DE PREGUNTAS	21
Preguntas abiertas	21
Preguntas cerradas (dicotómicas y excluyentes)	21
Preguntas cerradas (varias alternativas de respuesta y excluyentes)	22
Pregunta cerrada (no excluyente)	22
Preguntas cerradas ordinales (excluyentes y ordenadas por intensidad)	23
Preguntas en las que debe asignarse un puntaje	24
Preguntas en las que se anota una cifra	24
Preguntas en las que se le pide al encuestado que se gradúe a sí mismo en una escala	25
APÉNDICE B. MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADORES	26
APÉNDICE C. MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS TRABAJADORES	28
REFERENCIAS	30
Bibliografía complementaria	31

# ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Ventajas y desventajas de la encuesta personal	14
Tabla 2. Ventajas y desventajas de la encuesta telefónica	14
Tabla 3. Ventajas y desventajas de la encuesta postal	15
Tabla 4. Ventajas y desventajas de la encuesta por Internet	15
Figura 1. Ciclo de la ejecución de una encuesta	16

# 30 EL CAMINO DEL ÉXITO DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

Lucas Caballero Martínez

## Resumen

Entre los aspectos metodológicos para el desarrollo de una práctica investigativa se encuentra la definición de las técnicas para la recolección de la información, las cuales, conllevan a la comprobación del problema planteado. Esto al concebir la información como la materia prima de la investigación, toda vez que permite conocer de primera mano los pormenores del objeto de estudio. Es importante tener en cuenta que la recolección de la información, representada en datos implica el uso de diversas técnicas mediante la aplicación de una gran variedad de herramientas. Dentro de las técnicas se pueden citar las entrevistas, las encuestas, los cuestionarios, la observación, entre otros. Se pretende, por consiguiente, conocer los aspectos básicos necesarios para la construcción de encuestas y entrevistas que garanticen obtener datos confiables a partir del factor humano como artífice de este proceso, agrupados en: semilleros de investigación, la declaración de los objetivos, el instructivo o paso a paso que conduce al éxito de las encuestas y entrevistas. Se inicia por conocer el perfil del encuestador o entrevistador, se define la metodología y el método que se emplearán en el desarrollo de la investigación y se determinan los tipos de estudio, así como la técnica para la recolección de la información, la construcción de los instrumentos y la selección de la población y la muestra, con fundamento en el “Ciclo ejecución de una encuesta”, y soportado con ejemplos, talleres y ejercicios.

**Palabras clave:** cuestionario, encuestado, encuestador, encuestas, entrevistas, muestreos, población.



## INTRODUCCIÓN

Uno de los actos a seguir en un proceso investigativo es definir las técnicas para la recolección de la información. A fin de garantizar el éxito de esta labor, el investigador acude a diversas técnicas, las cuales se deben elegir de acuerdo con la naturaleza de la investigación. Para esto se debe tener en cuenta el enfoque de la investigación, determinar lo que se quiere conocer y así elegir los diferentes tipos de datos, de manera que conduzca a fijar las técnicas a emplear.

El propósito del presente documento es mostrar paso a paso las acciones a desarrollar con el fin de garantizar el éxito de las encuestas y las entrevistas. Para el efecto se hará un barrido histórico de las encuestas en el mundo y, posteriormente, la definición de todas y cada una de las sendas a recorrer para lograr el cometido planteado, lo que va desde la definición del perfil del encuestador o investigador, hasta la selección de la población y la muestra, no sin antes definir la metodología

y el método de la investigación, el tipo de estudio, identificar las diferentes técnicas para la recolección de la información y la construcción de los instrumentos. De esta manera, el estudiante previamente ha definido su tema de investigación, ha planteado los objetivos que persigue con el desarrollo de su acto investigativo —el cual ha sido ampliamente justificado—, y ha soportado todo esto a través de una exhaustiva revisión de literatura que le conduzca a la construcción de un marco referencial ajustado a su propuesta investigativa.

Es recomendable, por consiguiente, que el estudiante analice todos y cada uno de los pasos y, una vez apropiados los conceptos teóricos planteados, se disponga a ponerlos en práctica en su propuesta investigativa a través de talleres o herramientas similares.

A continuación, se desglosarán las diferentes fases del proceso para la construcción de instrumentos que permitan garantizar el éxito de las encuestas y las entrevistas.



## MARCO TEÓRICO

En el marco del diseño de una propuesta investigativa es prioritario la recolección de la información, razón por la cual se debe elegir la técnica que más se ajuste a este cometido. En este orden, tal como lo sugieren Hernández, Fernández y Baptista (2006),

Recolectar los datos implica tres actividades estrechamente vinculadas entre sí:

- a. Seleccionar un instrumento de medición de los disponibles en el estudio del comportamiento o desarrollar uno (el instrumento de recolección de los datos). Este instrumento debe ser válido y confiable, de lo contrario no podemos basarnos en sus resultados.
- b. Aplicar ese instrumento de medición. Es decir, obtener las observaciones y mediciones de las variables que son de interés para nuestro estudio (medir variables).
- c. Preparar las mediciones obtenidas para que puedan analizarse correctamente (a esta actividad se le denomina codificación de los datos). (p. 285)

En su orden, la selección del instrumento es la base para el éxito en la etapa de recolección de la información, toda vez que conduce a la consecución de los elementos necesarios para el desarrollo de la investigación. En este sentido, el instrumento de recolección de la información se define, según Ramos (2014), como “el mecanismo que usa el investigador para recolectar la información” (p. 6).

De acuerdo con la naturaleza de la investigación existen otras dos técnicas para la adquisición de la información, entendida esta última como el insumo para el desarrollo de la práctica investigativa (las encuestas y las entrevistas,) y para el tema que nos ocupa en este trabajo se centra en su análisis.

Siguiendo a Behar (2008), “la entrevista es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación” (p. 55), pues allí el entrevistador formula una serie de preguntas, de tal forma que los entrevistados proporcionan datos de interés al entrevistador. Entre tanto, la encuesta, según Hernández et al. (2006) es “un cuestionario o escala es aplicado(a) de forma masiva” (p. 171). En su orden, la información que mediante esta técnica se adquiere es estandarizada, ya que a cada individuo se le aplican las mismas preguntas, pues su intencionalidad es “obtener un perfil compuesto de la población (Behar, 2008, p. 62).

## LOS SEMILLEROS DE INVESTIGACIÓN

¿Pero, qué es un semillero de investigación? Al respecto se pueden mencionar algunos conceptos desde el punto de vista de la ciencia. En primera instancia, la Universidad Eafit (s. f.) los define como “comunidades de aprendizaje de estudiantes y profesores, de una o de diferentes áreas, surgidas en el seno de la Universidad por el interés en investigación de los actores que los integran” (p. 4). Vale la pena resaltar que estas comunidades están conformadas por estudiantes y profesores de diferentes niveles de formación que realizan disímiles actividades investigativas tales como “el desarrollo de proyectos, el estudio en temas particulares, y el intercambio de experiencias académicas con los otros miembros del grupo” (p. 5).

Es imperativo resaltar que Montenegro de Timarán y López (2008) los definen como la “construcción, semilla de ideas, soluciones estructurales que por medio de proyectos entrega herramientas no sólo de tipo científico, sino también de tipo valorativo y axiológico, que contribuyen a la formación del individuo como persona” (p. 115), pues trae consigo el término “semilla de ideas” que se reduce al origen o fuente de conocimientos que surgen de





una actividad investigativa, producto del estudio y el análisis de una temática de interés.

De otra parte, Torres (2006) afirma que semillero de investigación “es una comunidad de aprendizaje donde confluyen los estudiantes de las diferentes profesiones y disciplinas con el propósito de buscar una formación integral” (p. 5). En torno a lo anterior se desarrollan debates académicos conducentes a la cimentación de nuevos saberes con argumentos científicos.

Asimismo, se puede definir como un “espacio de formación, anexo a las labores académicas, y que busca formar investigadores. Es una alternativa y un apoyo para realizar procesos de investigación en que se comparte el conocimiento y la convivencia para ayudar a resolver problemas” (Torres, 2006, p. 5). Es conveniente destacar que como espacio de formación induce a la búsqueda de nuevos saberes de forma sistemática, no solo en el campo de la ciencia, sino en el ser.

En resumen, se desprenden varios elementos a tener en cuenta: su conformación no es individual sino grupal, tienen objetivos predefinidos, construyen conocimiento a través de prácticas investigativas, son autónomos y dinámicos, entre otros.

De las anteriores concepciones —aunque existen muchas otras— se colige la importancia de fomentar tanto a los semilleros de investigación como a los grupos de investigación académica y financieramente, a fin de que docentes y estudiantes desarrollen proyectos de investigación conjuntos en beneficio de cualificar el plan curricular, pues “el investigador es un mercenario para hallar problemas y buscarles solución” (Torres, 2006, p. 5).

## OBJETIVOS

### OBJETIVOS GENERALES

- Conocer las técnicas de investigación que se efectúan mediante la elaboración de

encuestas y entrevistas, interrogatorios, cuestionarios y preguntas, recolección de datos y muestreo a una población grupal o individual.

- Identificar el perfil del encuestador en todas sus facetas y su capacidad de conectarse al encuestado.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la clase de encuesta y entrevista, interrogatorio, pregunta y cuestionario, así como la recolección de datos y los muestreos que en cada caso corresponda.
- Aplicar el tipo de encuesta y entrevista, interrogatorio, pregunta y cuestionario, así como recolección de datos y muestreos que en cada caso corresponda.
- Averiguar si existen otros estudios sobre el mismo tema que se desea investigar, no solo para ampliar los conocimientos sobre él, sino también con el fin de conocer qué instrumentos se han utilizado para recolectar la información y cómo.
- Diseñar los aspectos formales y de fondo de las encuestas y entrevistas, interrogatorios, preguntas y cuestionarios, así como de recolección de datos y muestreos en los temas demandados.

## EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LAS ENCUESTAS

La elaboración de encuestas ha jugado un papel fundamental en la intención de conocer las apreciaciones que tienen las personas frente a un tema determinado. En este sentido, la presente unidad tiene como objetivo realizar una síntesis histórica de la evolución de las encuestas en diferentes partes del mundo y el impacto que estas han generado, de tal suerte que el estudiante estará en capacidad de conocer la evolución histórica de las encuestas.

El hombre, por naturaleza, centra su interés en conocer y dominar el mundo que lo rodea,



pues es su deseo, de acuerdo con Hernández, Cantín, López y Rodríguez (2009), “controlar la manera en que se desarrollarán las actividades y acontecimientos de importancia como puede ser la organización social, la política, la economía y el mercado, los procesos electorales, o las preferencias de los consumidores” (p. 5). Es así que, de acuerdo con Visuta (1989), como se cita en Hernández et al. (2009)

La encuesta es el método más utilizado en la investigación de ciencias sociales. A su vez, esta herramienta utiliza los cuestionarios como medio principal para conseguir información. Ésta hace referencia a lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes (p. 4)

Para iniciar, se hace necesario realizar un barrido histórico de las encuestas en el mundo, el cual se sintetiza a continuación, de acuerdo con el Centro de Estudios de Opinión de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad de Antioquia (2011).

En 1936, *Literary Digest* determinó la simpatía de la población norteamericana hacia el

Partido Republicano en Estados Unidos con una muestra significativa de 2,3 millones de votantes. En ese entonces, George Gallup mediante una encuesta más pequeña y técnica predijo la victoria de Roosevelt.

En 1945, el British Institute of Public Opinion, subsidiaria de Gallup en el Reino Unido, predijo el triunfo del Partido Laborista en la elección de ese año sobre su contendor el Partido Conservador, en el Reino Unido.

Nuevamente en Estados Unidos, el presidente John F. Kennedy (1961 a 1963) fue el primer candidato que hizo uso de las encuestas como estrategia para su campaña presidencial, con el fin de identificar los puntos débiles y fuertes que le imputaban las personas, así como evaluar a sus contrincantes en temas de actualidad con el fin de planificar su campaña.

Hoy por hoy, las encuestas son una herramienta indispensable en las investigaciones sin importar su naturaleza, pues “la encuesta se transforma en núcleo operativo del modelo sociedad, ella misma transforma a la sociedad. Su aplicación en la sociedad capitalista y postindustrial, e incluso su influencia en la política es inmensa, basta ver su uso y sobreutilización a diario” (Hernández et al., 2009, p. 7)



## DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y PROCEDIMIENTOS DE LA PRÁCTICA

A fin de entrar en materia es preciso definir los conceptos de *metodología* y *método* como preámbulo a la determinación de los pasos requeridos para la elaboración de encuestas y entrevistas con éxito. Es así como, de acuerdo con Pérez (2010), “la metodología es el vehículo para recorrer el camino del método científico, el saber sobre el camino para llegar a algo”. En esto se trae a colación un elemento de valiosa importancia que vale la pena destacar, y es conocer el camino que se abordará para alcanzar un fin. En este sentido, la metodología conduce los métodos, las técnicas o pasos que llevan a la consecución de un objetivo. Bajo esta perspectiva, como lo señala Potes (1998), citado por Lerma (2016), la metodología es “la secretaria de todas las ciencias en cuanto a presentación y organización” (p. 3).

Por su parte, el método es “el modo de decir o hacer con orden una cosa” (Pérez, 2010, p. 33), que va en el bus de la metodología. Como lo precisan Lozano y Lozano, citados por Pérez (2010 p. 3) al destacar la importancia de la metodología, “el método es el alma de la ciencia, solo el método conduce a la técnica”.

En consecuencia, a continuación, se precisan algunos pasos que se deben tener en cuenta a fin de garantizar el éxito en las actividades que conllevan a una buena práctica en la determinación de las técnicas para la recolección de la información específicamente en la construcción y aplicación de encuestas y entrevistas.

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

### PASO 1: PRECISAR EL PERFIL DEL ENCUESTADOR O ENTREVISTADOR

El perfil del encuestador o entrevistador hace referencia a las características que debe tener este para ejecutar las acciones pertinentes a la aplicación de la encuesta o entrevista.

De acuerdo con Quispe y Sánchez (2011), “el perfil del encuestador corresponde a una persona amable, activa, capaz de hacer la encuesta dinámica y no pesada, además debe tener la capacidad de conectarse al encuestado, demostrarle que puede confiar en él para conseguir la cooperación deseada” (p. 490). De esto se desprende que emite a primera vista un ambiente de empatía, definida por Balart (2013) como “la habilidad para entender las necesidades, sentimientos y problemas de los demás, poniéndose en su lugar y de esta manera poder responder correctamente a sus reacciones emocionales” (p. 86). De esta manera, el primer contacto entre los actores (encuestador y encuestado) debe ser positivo, hecho que garantiza el éxito de la toma de información a través de este mecanismo. Así, “el encuestador debe formular las preguntas y éstas deben realizarse con precisión y no ser improvisadas, en el caso de realizar un cuestionario o entrevista el que dirige es el encuestador” (Quispe y Sánchez, 2011), es decir, los interrogantes deben ser claros y fáciles de interpretar a fin de evitar confusiones por parte del interrogado; además, es imperioso prepararlos con tiempo de tal suerte que permitan obtener la información deseada sin desviarse de los objetivos que se buscan.

### PASO 2: DEFINIR LA METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La educación superior actual exige incorporar la investigación a los currículos universitarios a través de proyectos que se conviertan en su eje meridiano. Los docentes deben participar activamente en el desarrollo de prácticas investigativas y, antes de iniciar el periodo



académico del primer semestre, deben tener proyectos de investigación debidamente diseñados desde el campo de su especialización o disciplina que involucren de manera gradual a los estudiantes en la práctica investigativa (Montenegro de Tamarán et al; 2008, p. 62). Esto de tal forma que contribuya en la construcción de una cultura investigativa, entendida esta como “el conjunto de valores, creencias y prácticas encaminadas a la producción de nuevo conocimiento mediante acciones investigativas” (Castellanos, 2015, p. 36). Debe ser una investigación formativa, tal como lo señala hoy el Acuerdo Superior 060 de noviembre 2 de 2011.

En el campo de la metodología de investigación en derecho se conoce la denominada “metodología ex post facto”, o “después de los hechos”, aplicable a este trabajo y entendida como aquella que al realizar su estudio los hechos que configuran el fenómeno ya se han producido, o bien no se poseen las claves que los producen y, por tanto, el investigador difícilmente puede asumir su estudio (Montenegro de Tamarán, et al., 2008, p. 73).

Actualmente, esta metodología es la más empleada por su gran versatilidad, flexibilidad y funcionalidad, ya que introduce,

La posibilidad de analizar el factor temporal en el estudio de los fenómenos, proporciona técnicas de descripción de la realidad, analiza relaciones y categorías, discrimina, simplifica y organiza variables. En definitiva, facilita la comprensión funcional de los contextos educativos, aspecto fundamental en la aplicación del conocimiento a la resolución de problemas (Montenegro de Tamarán, et al, 2008, p. 77).

Es evidente que admite diferentes técnicas para la recolección de la información, independiente

del su naturaleza o enfoque, al forzar su naturaleza: cualitativa o cuantitativa.

### PASO 3: ESPECIFICAR LOS TIPOS DE ESTUDIO

La investigación científica determina una amplia gama de tipos de estudio dentro de los cuales se destacan los estudios exploratorios, toda vez que “sirven para ‘preparar el terreno’ y ordinariamente anteceden a los otros tres tipos” de acuerdo con Dankhe (1986), como se cita en Hernández, Fernández y Baptista (2006, p. 58), presenta el primer nivel de conocimiento y permite de esta manera al investigador familiarizarse con el fenómeno objeto de investigación.

También se encuentran los estudios descriptivos, definidos como “estudios propios de las primeras etapas del desarrollo de una investigación, y pueden proporcionar hechos y datos, e ir preparando el camino para la configuración de nuevas teorías o nuevas investigaciones” (Montenegro de Tamarán, et al., 2008, p. 77). Por medio de estos es posible identificar las características del universo de investigación y descubrir variables, así como la asociación entre estas. Se fundamenta en la reflexión de la situación planteada, la cual puede ser de dos clases: los estudios de encuesta o por encuesta, y los estudios explicativos orientados a “contestar por qué sucede determinado fenómeno” (Hernández et al. 2009, p. 15).

Los estudios observacionales que hacen referencia a los fenómenos educativos y laborales como uno de los métodos de indagación más empleados, en este caso los de encuesta se apoyan en dos instrumentos fundamentales: el cuestionario y la entrevista. Con estos se busca determinar las opiniones, las actitudes, las preferencias y las percepciones con respecto a hechos generales por personas de interés para el investigador. En su aplicación se destacan seis aspectos importantes, según Montenegro de Tamarán (2008).



1) la elección del instrumento (cuestionario, entrevista), 2) la especificación de las preguntas que se formularán, 3) la selección de la muestra, 4) la recopilación de la información, 5) la técnica de análisis e interpretación de los datos y, 6) la elaboración de las conclusiones (el informe investigador). (p. 79)

#### PASO 4: DEFINIR LA TÉCNICA PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El documento resultante de tales encuestas y entrevistas, el mapeo sectorial y la aplicación de matrices permiten identificar la situación actual en ese ámbito laboral en que se desenvolverían las mujeres trabajadoras en las empresas públicas y privadas del municipio de El Espinal, punto que no se cumplió.

La propuesta que se pretendía desarrollar en ese entonces era de carácter teórico-práctica, toda vez que se buscaba con el planteamiento del problema a través de estos estudios metodológicos (la encuesta y la entrevista, esto es, el cuestionario, el interrogatorio y las preguntas) llegar o, por lo menos, encontrar paulatinamente un acercamiento a la audiencia de las mujeres trabajadoras en las empresas públicas y privadas del municipio de El Espinal con apoyo en el semillero de investigación “emprendedores de conocimiento”, reseñado en la parte pertinente de este escrito.

En su orden, existen diferentes técnicas para la recolección de la información que el investigador debe elegir de acuerdo con la naturaleza de su investigación, y las que a su criterio le brinden la mayor cantidad de información

de acuerdo con lo que se quiere conocer. Estas técnicas se describen a continuación.

#### La encuesta

De acuerdo con el Diccionario Nuevo Espasa Ilustrado (2010), es “un acopio de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio, referentes a estados de opinión, costumbres, nivel económico o cualquier otro aspecto de actividad humana” (p. 620). Puede ser estructurada, “compuesta de una lista de preguntas que se formulan a todos por igual” (Quispe y Sánchez, 2011, p. 490); no estructurada, “permite al encuestador modificar las preguntas de acuerdo a las respuestas que se vayan dando” (Quispe y Sánchez, 2011, p. 490); verbal, “utiliza el método de la entrevista, donde existe una interacción verbal entre encuestado y encuestador permitiendo tener una respuesta directa (Quispe y Sánchez, 2011, p. 490); y la encuesta escrita, “utiliza como instrumento el cuestionario, consiste en un documento con un listado de preguntas, que se realiza a una población determinada (Quispe y Sánchez, 2011, p. 490).

De acuerdo con su forma, las encuestas pueden ser:

- *Encuesta personal.* De acuerdo con Loureiro (2015), “la información se obtiene mediante un encuentro directo y personal entre el entrevistador y el entrevistado” (p. 68). Una de las grandes ventajas es que se conoce a la persona que responde y, de esta manera, se minimiza la posibilidad de que el entrevistado proporcione respuestas evasivas, con lo cual se garantiza mayor fiabilidad.



Tabla 1

## Ventajas y desventajas de la encuesta personal

Ventajas e inconvenientes de la encuesta personal	
Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elevado índice de respuestas.</li> <li>• Facilidad de cooperación de las personas entrevistadas debido a la presencia del entrevistador, a la vez que permite resolver dudas.</li> <li>• Permite evitar influencia de otras personas.</li> <li>• Posibilita la realización de entrevistas largas.</li> <li>• Pueden mostrarse materiales.</li> <li>• Pueden obtenerse datos secundarios (presencia, ambiente, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es caro y lento.</li> <li>• El entrevistador puede ejercer influencia y debe estar entrenado, así como controlado.</li> <li>• Difícil acceso a ciertas poblaciones.</li> </ul>

Nota. Tomado de Hernández, M. A., Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M. (2009). *Estudio de encuestas*. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)

- *Encuesta telefónica*. “Consiste en la obtención de la información mediante una conversación telefónica entre el entrevistador y la persona seleccionada” (Hernández et al, 2009, p. 13). Por el uso de este medio de comunicación se obtiene información con mayor rapidez. Además, los costos de realización son menores, aun-

que puede presentarse poca receptividad muestral como consecuencia de que no todas las personas disponen de teléfono, a lo que se le suma la brevedad de la entrevista, dado que no se puede exceder de 15 minutos. La tabla 2 presenta algunas ventajas y desventajas de las encuestas telefónicas.

Tabla 2

## Ventajas y desventajas de las encuestas telefónicas

Ventajas e inconvenientes de la encuesta telefónica	
Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económico con reservas.</li> <li>• Técnica muy rápida tanto para contactar como a fin de recoger la información.</li> <li>• Puede utilizarse como medio único, o como auxiliar combinado con otras técnicas o modalidades de encuesta.</li> <li>• Permite entrevistar a determinadas poblaciones (personas importantes muy ocupadas, de zonas mal comunicadas, etc.).</li> <li>• Mejor inclinación a responder por teléfono.</li> <li>• Se necesitan menos entrevistadores y la supervisión es adecuada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presenta problemas de muestreo pues excluye a las personas que no tienen teléfono.</li> <li>• Existe un nivel de no respuesta no asociado al muestreo por el hecho de marcar números telefónicos al azar.</li> <li>• No pueden exhibirse materiales.</li> <li>• Brevedad de la entrevista.</li> <li>• No es apropiado para traer temas delicados ni preguntas complejas.</li> </ul>

Nota. Tomado de Hernández, M. A., Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M. (2009). *Estudio de encuestas*. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)

- *Encuesta postal*. Emplea el servicio postal o de correo convencional. Su mecanismo está sujeto al envío por este medio de un cuestionario a las personas que forman parte de la muestra, con la convicción de que ellas mismas lo retornen debidamente diligenciado. Lo anterior implica reducción de costos y proporciona ma-

yor tiempo al encuestado para resolver el cuestionario. Sin embargo, el índice de personas que reciben los cuestionarios con respecto a los que los responden disminuye proporcionalmente entre un 15 % y un 20 %, a lo que se le suma la poca información que se puede suministrar a través de este medio.





La tabla 3 registra algunas ventajas y desventajas de la encuesta postal.

**Tabla 3**

*Ventajas y desventajas de la encuesta postal*

Ventajas e inconvenientes de la encuesta postal	
Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Económica.</li> <li>• Se precisa escaso personal para realizar la encuesta.</li> <li>• Accesibilidad.</li> <li>• Flexibilidad de tiempo para el entrevistado que ofrece calidad a la información.</li> <li>• Favorece el anonimato.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajos índices de respuestas.</li> <li>• Inconvenientes formales: pueden darse errores en la cumplimentación, no se controla el orden de las preguntas y el cuestionario ha de ser corto.</li> <li>• Impersonal.</li> <li>• Pueden influir otras personas.</li> <li>• Poco útil para encuestas de respuesta inmediata. Ciertos grupos quedan excluidos [analfabetos absolutos y funcionales].</li> </ul>

*Nota.* Tomado de Hernández, M. A., Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M. [2009]. *Estudio de encuestas*. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)

- A través Internet. Consiste en editar a través de una página web un cuestionario para que sea resuelto por el encuestado o mediante el uso de correo electrónico (Hernández, et al, 2009, p. 16).

**Tabla 4**

*Ventajas y desventajas de la encuesta por Internet*

Ventajas e inconvenientes de la encuesta por Internet	
Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La falta de intermediarios entre el cuestionario y el entrevistado hace que los sondeos sean más objetivos.</li> <li>• Se evita que el entrevistador condicione al entrevistado.</li> <li>• Rapidez en la recogida y análisis de datos.</li> <li>• Amplia cobertura.</li> <li>• El ahorro de tiempo.</li> <li>• Bajos costos.</li> <li>• La utilización de medios audiovisuales durante la encuesta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No todo el mundo tiene ese acceso, y a lo mejor los que sí lo tienen no forman parte de la muestra.</li> <li>• Se puede mentir muy fácilmente con datos nulos.</li> <li>• Si no se garantiza el anonimato pueden darse bajas tasas de respuesta.</li> <li>• La dificultad en controlar la selección de informantes [por ejemplo, evitar que la misma persona conteste varias veces a la encuesta asegura que la persona que respondió sea la adecuada y la verdadera].</li> </ul>

*Nota.* Tomado de Hernández, M. A., Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M. [2009]. *Estudio de encuestas*. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)

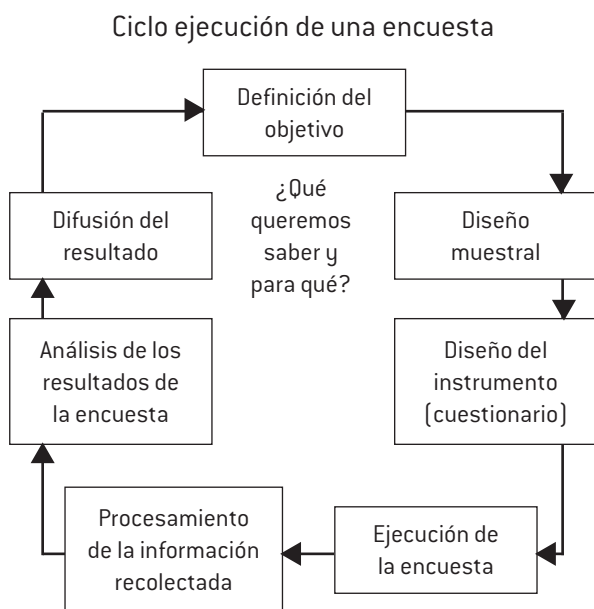
Es importante resaltar que a fin de lograr mejores resultados y el éxito de la encuesta se deben fijar de manera comprensible los objetivos, delimitar el tipo de persona a quienes se va a aplicar y, de ser posible, determinar el nivel de cultura, la profesión y otros atributos tales como la edad, el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

Hernández et al. (2009, p. 25) aseguran, tal como se demuestra en la figura 1, que la encuesta presenta siete fases dentro de su ciclo de vida, los cuales inician con:

- *La definición de los objetivos.* Sugiere conocer lo que se quiere saber y para qué. Es el punto de partida y guía el trabajo. Debe ser claro y alcanzable, orientado a lo que se persigue con la actividad investigativa.
- *El diseño muestral.* Permite identificar el universo y la muestra. Allí se identifica a quién va dirigida la encuesta y muestra la población objeto de estudio.
- *El diseño del instrumento.* Hace referencia al cuestionario a utilizar. Implica definir el mecanismo que se empleará para captar la información. De otra parte, se define el

tipo de preguntas que se van a formular teniendo en cuenta, entre otros, la caracterización de la población o muestra.

- *La ejecución de la encuesta.* Se resume en la realización de las actividades que conducen a presentación y desarrollo de los cuestionarios diseñados y probados previamente por parte del encuestador, independiente del medio utilizado para el efecto.
- *El procesamiento de la información.* Consiste en el manejo de la información recolectada mediante la aplicación de los instrumentos. El empleo de las técnicas se asimila al enfoque de la investigación desde el punto de vista cualitativo, en el que la información se somete a un proceso de categorización, acompañada de la triangulación como mecanismos más usados. En el caso de la investigación cuantitativa se emplean métodos estadísticos.
- *El análisis de los resultados.* Implica deducir e interpretar los hallazgos.
- *La difusión de los resultados.* Es dar a conocer lo que se evidenció en desarrollo de la investigación.



**FIGURA 1.** Ciclo de la ejecución de una encuesta. Adaptado de Hernández, M. A., Cantín, S., López, N., y Rodríguez, M.

[2009]. *Estudio de encuestas.* Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)

### La entrevista

Por su parte, “es la vista, es la concurrencia, o conferencia o encuentro concertado entre dos o más personas en un lugar determinado para tratar de un asunto” (Diccionario Enciclopédico Pequeño Larousse, 2009). Consiste en la comunicación verbal entre el entrevistador y entrevistado con el fin de obtener datos. Debe ser previamente diseñada en función al tema de estudio, a la vez que planteada por el entrevistador. Según Kerlinger y Lee (1997), “la entrevista del tipo estructurada será mejor que los cuestionarios auto-administrados para sondear el comportamiento de las personas, sus intenciones, sus emociones, sus actitudes y sus programas de comportamiento”.

Existen diversos tipos de entrevista, de las cuales se destaca la entrevista estructurada, en la cual el encuestador proporciona a cada encuestado la misma serie de preguntas previamente elaboradas y el orden debe mantener coherencia de pregunta a pregunta. El cuestionario autoadministrado es un tipo de entrevista estructurada. También se encuentra la entrevista semiestructurada que es una entrevista formal en la que el encuestador utiliza una guía de entrevista, es decir, una lista de preguntas y temas que, de manera ordenada, serán tratados durante la entrevista; el encuestador, generalmente, sigue la guía, pero puede desviar su trayectoria cuando siente que esto sea apropiado durante la conversación. Por otra parte, en la entrevista no estructurada se fija un tiempo determinado para hablar; el encuestador debe tener en mente un plan claro para llegar a su objetivo pues no cuenta con una guía definida, en su lugar realiza las preguntas al obtener respuestas, y puede expresarse a su manera y libremente. Las preguntas que se realizan en este tipo de entrevista son preguntas abiertas.





La preparación de la entrevista demanda su desarrollo por fases.

Primero, la preparación de la entrevista, lo cual consiste en la realización de todas aquellas actividades conducentes a que el entrevistado se sienta a gusto y tenga una buena impresión del entrevistador. Para esto, el entrevistador debe contar con una buena disposición y conocer el guion de preguntas que aplicará y evitar la impresión de improvisación. Es importante tener en cuenta que el lugar donde se realizará la entrevista debe estar alejado de fuentes de ruido e interrupciones, a fin de facilitar la comunicación.

Posteriormente, se ejecuta la entrevista: el núcleo central proceso. Una vez iniciada la entrevista, si el entrevistador no fuese conocido por el entrevistado, este debe dar a conocer los objetivos y la justificación de la realización de la entrevista y recalcar la confidencialidad de los datos que aporte. El entrevistador no debe dar su opinión y justificación, así como evitar las discusiones.

Lo anterior es propicio toda vez que permite recoger información de personas de bajo nivel cultural, lo que posibilita obtener mayor información en preguntas difíciles con relación a los cuestionarios y existe menor pérdida de información. Sin embargo, no se mantiene el anonimato como en los cuestionarios; es necesaria una preparación de los encuestadores para que los resultados sean fiables e implica una gran inversión de tiempo.

De otro lado, la entrevista a profundidad es la misma encuesta general, pero como entrevista a profundidad a partir de un proceso de interacción verbal sobre hechos y aspectos subjetivos de las personas, en cuanto a sus creencias, labores, opiniones, sexo, valores y conocimientos, de modo que permite la interpretación de comportamientos hasta lograr, en algunos casos, descubrir la verdadera personalidad del individuo. Así ocurrió en el

caso de las mujeres trabajadoras de las empresas públicas y privadas del municipio de El Espinal, “pero solo cuando se esté de cara a la tarea de campo” (Montenegro de Timarán, et al; 2008, p. 123). Una herramienta para la ejecución de encuestas y entrevistas es el cuestionario, definido como “sinónimo de interrogatorio referente a una lista de cuestiones o preguntas impreso o formulario para recolección de datos” (Diccionario Enciclopédico Pequeño Larousse en Color, 2009).

De estos conceptos se colige que la encuesta o los estudios por encuesta es el término genérico, y que la entrevista, el cuestionario, el interrogatorio y las preguntas son la especie, cuyas modalidades descriptiva, explicativa y exploratoria no es solo la recopilación de datos, sino la respuesta a las cuestiones sobre el estado presente de cualquier situación del ser humano. El diseño de encuestas es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios o entrevistas a una población (grupala o individual,) con el propósito de recabar información de diferentes variantes de la realidad o sugerir una hipótesis.

Los tipos de encuestas más utilizados son la encuesta verbal, cuyo método es la entrevista, y la encuesta escrita que emplea como instrumento el cuestionario, el cual consiste en un documento con un listado de preguntas. El encuestador debe ser el que formule y ejecute la pregunta, la cual debe realizarse con precisión y no ser improvisada. La encuesta debe adaptarse a todo tipo de personas sin discriminación de ninguna índole. Una de las técnicas más utilizadas es el muestreo. Consiste en tomar una o más personas representativas de una población para generalizar los resultados obtenidos con la encuesta o la entrevista. A fin de lograr mejores resultados y el éxito de la encuesta se deben fijar los objetivos y determinar el tipo de persona al cual se realiza.

Las preguntas más sobresalientes que se emplean al encuestado son las preguntas abiertas.



El encuestado se expresa libremente y proporciona amplia información, mientras que las preguntas cerradas proporcionan al encuestado varias opciones de respuesta de las cuales solo se elige una. La encuesta es una técnica de investigación que se efectúa mediante la elaboración de cuestionarios y entrevistas de manera verbal o escrita, generalmente se realiza a un grupo de personas y pocas veces a un solo individuo. El propósito es obtener información mediante el acopio de datos cuyo análisis e interpretación permitan hacerse una idea de la realidad con el fin de sugerir hipótesis y estar en capacidad de dirigir las fases de investigación. Se debe complementar con otros métodos, de manera que permita el seguimiento de resultados inesperados al validar otros métodos y profundizar en las razones de las respuestas de las personas.

### PASO 5: CONSTRUIR LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El cuestionario es un instrumento que permite realizar tanto encuestas como entrevistas, y así obtener la información que se requiere. Por consiguiente, es necesario identificar las variables que se quieren estudiar. En la construcción de estos instrumentos se deben seguir los siguientes pasos:

- Identificar la información que se quiere buscar con base en el tema y las variables de investigación, las características de los sujetos y el contexto de la investigación.
- Definir el tiempo del cuestionario a utilizar y el tipo de preguntas.
- Hacer un borrador con las preguntas y las posibles respuestas.
- Revisar este borrador con el ánimo de depurarlo y realizar los ajustes necesarios.
- Hacer una prueba piloto con el fin de identificar las debilidades y realizar los correctivos necesarios.

En cualquiera de los casos (entrevistas o encuestas), es necesario definir las preguntas que se van a formular, las cuales se deben adaptar al tipo de persona. Esto para que las respuestas sean concretas y acordes con la información que se desea obtener y evitar, en lo posible, deformaciones en dichas respuestas tanto por parte del encuestador como de la persona que es la fuente de información.

A fin de obtener las respuestas de acuerdo con las necesidades requeridas, es necesario ordenar las preguntas con relación a su pertinencia y tener cuidado con su formulación incorrecta. En este orden de ideas, se construyen los cuestionarios definidos como una lista de preguntas que se propone al encuestado con el propósito de llegar al objetivo previsto.

Para empezar la elaboración de un cuestionario se redacta una carta al encuestado acompañada del cuestionario en el que se solicita su cooperación y se agradece de antemano su participación. En seguida se encuentran las instrucciones para responder el cuestionario.

#### *Recomendaciones para la construcción de instrumentos*

Antes de iniciar esta labor se deben tener en cuenta las siguientes sugerencias, pues su aplicación apropiada garantiza su éxito:

- Usar un lenguaje apropiado en el diseño de las preguntas; se debe tener en cuenta el grado de conocimiento del encuestado, puesto que los interrogantes deben formularse adecuadamente y estar relacionados con el tema de investigación. Se exhorta al empleo de un lenguaje sencillo y de fácil comprensión.
- Para las preguntas de selección múltiple el número de opciones debe ser pequeño; para esto es recomendable la aplicación de una pregunta cerrada, pues en el caso contrario la respuesta no será breve.



- La redacción de las preguntas debe ser lo más sencilla y clara posible; para el efecto es recomendable que la pregunta contenga una sola idea, y de esta manera el cuestionario será más dinámico y menos aburrido.
- El número de preguntas se debe simplificar a lo mínimo posible. Además, se debe cuidar la disposición de las preguntas: poner en primer lugar las preguntas más interesantes y, posteriormente, las más complicadas. Es importante poner las preguntas de alivio que ayudan a cambiar de tema cuando sea necesario.
- Evitar las preguntas innecesarias, ambiguas, intelectuales, irritantes y conducentes, es decir, aquellas que sugieran la respuesta.

Vale la pena destacar que las preguntas difíciles de contestar —por la honestidad del encuestado— deben ir al final. Cuando se haya ganado su confianza, se podrán repetir de dos a tres veces aquellas preguntas que posean la misma información, pero con diferente redacción; este control permitirá detectar si el encuestado es honesto o está mintiendo (Quispe y Sánchez, 2011, p. 492).

### *Tipos de preguntas*

En este orden, y siguiendo a Quispe y Sánchez (2011, p. 491), aparecen diferentes tipos de preguntas de las cuales se pueden enunciar:

*Preguntas abiertas.* En las que el encuestado puede expresarse libremente por lo cual se da una amplia información sobre el tema a investigar, dicha amplitud puede dificultar el proceso de codificación de la información. Este tipo de preguntas se utilizan para recoger información cuando hay gran cantidad de posibles respuestas. Es propia para investigaciones de orden cualitativo.

*Las preguntas de profundización.* Permiten obtener una respuesta amplia y concreta a una pregunta abierta. Esta técnica debe ser utilizada por los entrevistadores o encuestadores en forma rutinaria, como preguntas de seguimiento a preguntas abiertas hasta que el encuestado no tenga nada más que añadir a la respuesta. También aptas para investigaciones cualitativas.

*Pregunta de clarificación.* Admite obtener una explicación más clara de la respuesta a una pregunta abierta. Se usan en el evento en que la respuesta le resulta dudosa al entrevistador, pues el entrevistado se obliga a explicar o ampliar su respuesta.

*Preguntas dicótomas cerradas.* Considerada como uno de los tipos más básicos de preguntas utilizadas, donde la respuesta del encuestado es simplemente Sí o No. Se caracterizan por tener solo dos opciones de respuesta.

*Preguntas cerradas.* Consisten en proporcionar al encuestado varias opciones de respuestas de las cuales solo pueda elegir una. Esta técnica es ventajosa por que pueden ser procesados por el encuestador más fácilmente. De acuerdo con González (2002), requiere del entrevistado simplemente seleccionar la respuesta a partir de una o varias alternativas que el profesor le presenta; pertenecen a este tipo las preguntas de falso o verdadero, de selección múltiple y de apareamiento.

*La pregunta bipolar.* Considerada usualmente la mejor forma de evaluar atributos en pruebas de productos, toda vez que proporciona una dirección general en cuanto a sus mejoras con frecuencia, toma como patrón de comparación un producto competitivo útil para comparar con los productos alternos. Requieren siempre un extremo opuesto que igualmente puede ser deseable o no.



*Pregunta hedonista.* Da la posibilidad de medir la preferencia global de un producto, esencialmente se refiere a sus atributos físicos. Las respuestas proporcionan sensibilidad respecto a las diferencias entre productos similares.

*Preguntas sobre preferencias.* Son una forma lógica en la que el encuestador puede recoger información de la mayoría de los productos, este tipo de preguntas tiende a influir al encuestado el sentido de escoger, tomando en cuenta las diferencias ya sean pequeñas o grandes.

*Preguntas de ordenamiento de rango.* Caracterizadas porque no miden los intervalos entre los ítems ordenados, porque supone que el encuestado está atento y es lo suficientemente conocedor para ordenar por sí solo los productos en rangos, si los ítems son en número extenso puede ser incómodo para el encuestado.

*Preguntas de diferencias semánticas.* Se diferencian porque contienen pocas pistas verbales, esto teóricamente puede ser confuso para algunos encuestados si no se les explica con claridad los detalles.

*Preguntas en batería.* Son una serie de preguntas relacionadas entre sí y que se suceden unas de las otras.

*Preguntas de control.* Nos indican si el encuestado nos está mintiendo o no.

El Apéndice A presenta un ejemplo de cuestionario en el que se identifican los diferentes tipos de preguntas tomado del Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Barcelona.

## PASO 6: SELECCIONAR LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

Es imperativo determinar la población a quien va dirigida la aplicación del instrumento para la captura de información, y en este orden se identifica su tamaño. Si la población es pequeña no requiere de muestreo, toda vez que es aplicable a poblaciones grandes, lo cual permite no encuestar o entrevistar a todos los integrantes de esa población; se busca un número representativo de personas que proporcionen la información que se persigue, de manera que se evitan inducciones de elección que podrían llevar a equívoco en el análisis de datos.



## APÉNDICE A. EJEMPLO DE UNA ENCUESTA EN LA QUE SE APLICAN DIFERENTES TIPOS DE PREGUNTAS

### PREGUNTAS ABIERTAS

1. Escriba a continuación las nuevas profesiones que conozca:

---

---

---

2. ¿Por qué asiste a psicoterapia?

---

---

---

3. ¿Qué opina del programa de televisión «Los cazadores»?

---

---

---

4. ¿De qué manera la directiva de la empresa ha logrado la cooperación del sindicato para el proyecto de calidad?

---

---

---

### PREGUNTAS CERRADAS (DICOTÓMICAS Y EXCLUYENTES)

5. Sexo:  Hombre  Mujer

6. ¿Estudia usted actualmente?  Sí  No

7. ¿Ha tomado alguna vez anfetaminas sin que el médico se las haya recetado?

Sí  No



### PREGUNTAS CERRADAS (VARIAS ALTERNATIVAS DE RESPUESTA Y EXCLUYENTES)

8. ¿Cuánta televisión ve los domingos?
- No veo televisión
  - Menos de una hora
  - 1 o 2 horas
  - 3 horas
  - 4 horas
  - 5 horas o más
9. ¿Cuál es el puesto que ocupa en su empresa?
- Director general/presidente
  - Gerente /subdirector
  - Subgerente/superintendente
  - Coordinador
  - Jefe de área
  - Supervisor
  - Empleado
  - Obrero
  - Otro

### PREGUNTA CERRADA (NO EXCLUYENTE)

10. ¿Qué estudios considera que son más provechosos para ejercer una nueva profesión? (Puede elegir más de una opción)
- Historia
  - Idiomas
  - Física
  - Biología
  - Matemáticas
  - Literatura
  - Otros
11. Esta familia tiene: (puedes seleccionar más de una opción)
- Radio



- Televisión
  - Teléfono
  - Reproductor de DVD
  - Automóvil o camioneta
  - Ninguno de los anteriores
12. De los siguientes servicios que presta la biblioteca, ¿cuál o cuáles utilizó el semestre anterior?  
(Puede señalar más de una opción)
- Consultar algún libro
  - Consultar algún periódico
  - Estudiar
  - Sacar fotocopias
  - Hacer trabajos
  - Otros, especifique: \_\_\_\_\_

### PREGUNTAS CERRADAS ORDINALES (EXCLUYENTES Y ORDENADAS POR INTENSIDAD)

13. Indique el grado de interés que le producen las nuevas profesiones:
- Nada
  - Un poco
  - Bastante
  - Mucho
14. ¿Cuál es tu grado de acuerdo con quien piensa que las nuevas profesiones están más pensadas para hombres que para mujeres?
- Nada de acuerdo
  - Un poco
  - Bastante
  - Muy de acuerdo
15. ¿Cuál de los siguientes conductores de televisión considera usted el mejor?, ¿cuál en segundo lugar?, ¿cuál en tercer lugar?
- LEM
  - BCC
  - MME



16. Hablemos ahora de la situación de las mujeres en España. ¿Cómo calificaría usted las desigualdades que actualmente existen entre hombres y mujeres en nuestro país?

- Muy grandes
- Bastante grandes
- Pequeñas
- Casi inexistentes

### PREGUNTAS EN LAS QUE DEBE ASIGNARSE UN PUNTAJE

17. Indique de 1 a 10 el interés que tiene para usted recibir formación en cada uno de los siguientes temas:

- Administración de sueldos y compensaciones
- Salud, seguridad e higiene
- Administración y negociación de contratos
- Relaciones con sindicatos
- Habilidades de comunicación ejecutiva
- Calidad de vida en el trabajo
- Desarrollo organizacional/innovación
- Estructura organizacional (tamaño, complejidad, formalización)

18. Si usted tuviera una hija adolescente, ¿podría valorar en una escala del 1 al 10 su grado de preocupación con respecto a los comportamientos que ahora le voy a citar, entendiendo que el 1 representa el menor grado de preocupación y el 10 el máximo grado de preocupación?

- Que sacara malas notas
- Que fumará porros ocasionalmente
- Que tuviera relaciones sexuales
- Que formara parte de algún grupo juvenil (punk, heavy, rock)
- Que perteneciera a una secta
- Que se quedara embarazada
- Que fuera homosexual

### PREGUNTAS EN LAS QUE SE ANOTA UNA CIFRA

19. Edad: \_\_\_\_

20. ¿Cuántas casas terminadas existen en el municipio de Aizcorbe? \_\_\_\_





## PREGUNTAS EN LAS QUE SE LE PIDE AL ENCUESTADO QUE SE GRADÚE A SÍ MISMO EN UNA ESCALA

21. Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones “izquierda” y “derecha”. A continuación, encontrará una serie de casillas que van de izquierda a derecha.
22. ¿En qué casilla se colocaría usted?

Izquierda \_ \_ \_ \_ \_ Derecha



## APÉNDICE B. MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADORES

**Universidad Cooperativa De Colombia**

**Programa de Derecho**

**Centro de Investigaciones**

**Encuesta para empleadores**

Responda todas y cada una de las preguntas de forma clara y precisa. No deje espacios en blanco. Esta investigación es de carácter institucional, por lo que se solicita su colaboración diligenciando este instrumento.

1. Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_
2. ¿La empresa que usted dirige es pública? Sí\_\_\_ No\_\_\_ Privada Sí\_\_\_ No\_\_\_
3. Las personas que trabajan aquí son: ¿Más hombres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Más mujeres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Iguales? Sí\_\_\_ No\_\_\_
4. ¿Los hombres que laboran aquí todos son profesionales? Sí\_\_\_ No\_\_\_
5. ¿Las mujeres que laboran aquí todas son profesionales? Sí\_\_\_ No\_\_\_
6. Los contratos laborales con las mujeres ¿todos son escritos? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Todos son verbales? Sí\_\_\_ No\_\_\_
7. ¿La jornada laboral es igual para hombres y mujeres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Mayor hombres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Mayor mujeres? Sí\_\_\_ No\_\_\_
8. ¿El salario es el mínimo legal para hombres y mujeres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Mayor hombres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Mayor mujeres? Sí\_\_\_ No\_\_\_
9. ¿Los pensionados que hay en esta empresa son más hombres?: Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Más mujeres? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿En qué porcentaje? \_\_\_\_\_
10. ¿Todos los trabajadores de esta empresa gozan de la seguridad social? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_
11. ¿Todas las mujeres trabajadoras de esta empresa son madres cabeza de familia? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿En qué porcentaje? \_\_\_\_\_
12. ¿La escolaridad de los hombres frente a las mujeres es igual?: Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Más hombres bachilleres? Sí\_\_\_ No\_\_\_  
¿Más mujeres bachilleres? Sí\_\_\_ No\_\_\_  
¿Más hombres profesionales? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿En qué? \_\_\_\_\_  
¿Más mujeres profesionales? Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿En qué? \_\_\_\_\_



¿Más hombres ejecutivos? Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

¿Más mujeres ejecutivas? Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

Muchas gracias.

Nombre del encuestador \_\_\_\_\_



## APÉNDICE C. MODELO DE ENCUESTA APLICADA A LOS TRABAJADORES

**Universidad Cooperativa de Colombia**

**Programa de Derecho**

**Centro de Investigaciones**

**Encuesta para los trabajadores**

Responda todas y cada una de las preguntas de forma clara y precisa. No deje espacios en blanco. Esta investigación es de carácter institucional, por lo que se solicita su colaboración diligenciando este instrumento.

1. Nombre empresa \_\_\_\_\_
2. Nacido en \_\_\_\_\_
3. Edad \_\_\_\_\_ Estado civil \_\_\_\_\_
4. Domicilio \_\_\_\_\_ Estudios \_\_\_\_\_
5. ¿Actualmente estudia? \_\_\_\_\_ Sí \_\_\_ No \_\_\_  
¿En dónde? \_\_\_\_\_
6. Profesión \_\_\_\_\_
7. Número de hijos \_\_\_\_\_
8. Trabajo que aquí realiza \_\_\_\_\_
9. Mi oficio es \_\_\_\_\_
10. Mi salario es \_\_\_\_\_
11. Mi jornada de trabajo es \_\_\_\_\_
12. Mi contrato de trabajo es: Verbal \_\_\_ Escrito \_\_\_ A término fijo \_\_\_ A término indefinido \_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_
13. El trato laboral con los directivos es: Malo \_\_\_ Regular \_\_\_ Bueno \_\_\_ Excelente \_\_\_
14. El ambiente general de esta empresa es: Malo \_\_\_ Regular \_\_\_ Bueno \_\_\_ Excelente \_\_\_
15. ¿Es madre cabeza de familia? Sí \_\_\_ No \_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_
16. Sí \_\_\_ No \_\_\_ estoy afiliada con mis hijos a la seguridad social en \_\_\_\_\_



17. ¿Considera usted que la tasa de ocupación es o no proporcional a la de los hombres? Sí\_\_\_\_  
No\_\_\_\_
18. ¿Considera usted que su remuneración es la justa? Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_
19. ¿Considera usted que tiene las condiciones mínimas de seguridad laboral? Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_
20. ¿Considera usted que su nivel académico es acorde con el trabajo que ejecuta? Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_  
¿Por qué? \_\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

Muchas gracias

Nombre del encuestador \_\_\_\_\_



## REFERENCIAS

- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Editorial Shalom.
- Balart, M. (2013). *La empatía: la clave para conectar con los demás*. Observatorio de Recursos Humanos y Selecciones Laborales. Recuperado de [http://www.gref.org/nuevo/articulos/art\\_250513.pdf](http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf)
- Castellanos, J. (2015). *Evaluación de la actividad investigativa de los estudiantes y profesores de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede El Espinal* (Tesis de Maestría). Ibagué: Universidad del Tolima.
- Centro de estudios de Opinión de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Antioquia. (2011). Historia de las encuestas en el mundo. *Revista La Sociología en sus Escenarios*, (24). Recuperado de <https://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/view/10988/10075>
- González, H. (2002). *Tipos de preguntas: ¿Cerradas o abiertas?* Recuperado de <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/PruebasAbiertasCerradas>
- Hernández, M. A., Cantin, S., López, N., y Rodríguez, M. (2009). *Estudio de encuestas*. Recuperado de [https://www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso\\_10/ENCUESTA\\_Trabajo.pdf](https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf)
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª ed.). Colombia: McGraw Hill Interamericana de México.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (1997). *Investigación del comportamiento*. México, D. F.: McGraw-Hill. Recuperado de [http://psicologiauv.com/porta/RMIPE/vol\\_8\\_num\\_2\\_may\\_2017/documentos/investigacion\\_del\\_comportamiento.pdf](http://psicologiauv.com/porta/RMIPE/vol_8_num_2_may_2017/documentos/investigacion_del_comportamiento.pdf)
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la Investigación: propuesta anteproyecto y proyecto*. (5ª ed). Bogotá: Ecoe Editores.
- Louleiro, M. (2015). *Investigación y recogida de información de mercados*. Madrid: Ideaspropias Editorial.
- Montenegro de Timarán, M., y López-Román, L. (2008). *Propuesta de un currículo para la seccional Pasto: corrientes pedagógicas*. Docentes investigadores-Centro de Investigación Universidad Cooperativa de Colombia, Seccional Pasto. Centro de Investigaciones Socio-jurídicas.
- Nuevo Espasa Ilustrado. (2010). *Diccionario enciclopédico en color*. (9ª ed.). España: Ediciones Larousse.
- Pequeño Larousse. (2009). *Diccionario enciclopédico en color*. (8º ed.). España: Editorial Larousse.
- Pérez, J. (2010). *Metodología y técnica de la investigación jurídica*. (3ª ed.). Bogotá: Editorial Temis.
- Quispe, D., y Sánchez, G. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 10. Recuperado de [http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2304-37682011000700009&lng=es&nrm=iso](http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2304-37682011000700009&lng=es&nrm=iso)
- Ramos, M. (2014). *Metodología del trabajo universitario II*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/JoseMendozaCastillo/12-instrumentos-de-recoleccion-de-datos>.
- Torres, L. (2006). *Para qué los semilleros de investigación*. Universidad Nacional de Colombia. Departamento de Sistemas e Ingeniería Industrial. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/228708157\\_PARA\\_QUE\\_LOS\\_SEMILLEROS\\_DE\\_INVESTIGACION](https://www.researchgate.net/publication/228708157_PARA_QUE_LOS_SEMILLEROS_DE_INVESTIGACION)
- Universidad Eafit. (s. f.). *Manual de semilleros de investigación Universidad Eafit*. Dirección de Investigación y Docencia. Recuperado de <http://www.eafit.edu.co/investigacion/comunidad-investigativa/semilleros/Documents/Manual%20de%20Semilleros.pdf>



## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Castro, O., y Caballero, L. (2011). Panorama laboral de la mujer en Colombia, una mirada desde el Espinal, Tolima. *Revista Via Inveniendi Revista Virtual*, 7(1).
- Enciclopedia General de la Educación. *La investigación educativa*. (Vol. 3). Barcelona: Océano Grupo Editorial.
- Landaluce, I. (Ed.). (1998). *Aspectos metodológicos de la investigación educativa*. Madrid: Marcea.
- Rozo, J. (1999). La inter-trans-multi disciplinaridad: Una alternativa al pensamiento fragmentado y a la enseñanza dictatorial En *Uni-pluri/versidad* 2(2). Pp. 11 – 22. Recuperado de <https://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/unip/article/view/13162>
- Tamayo y Tamayo, M. (1994). *El proceso de investigación científica* (4ª ed.). México: Limusa Noriega Editores.
- Universidad del Rosario. (s. f.). *Como evaluar... exposiciones orales. Escuela de Ciencias Humanas*. Recuperado de [http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/78/7815195c-3682-4c8a-80ad-31ca835433c0.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/78/7815195c-3682-4c8a-80ad-31ca835433c0.pdf)

