

UF2124: Resolución de incidencias en las encuestas

Elaborado por: María Esther Marín Capilla

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16492-27-5

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la Unidad Formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa **UF2124: Resolución de incidencias en las encuestas**. Esta Unidad Formativa forma parte del Módulo Formativo **MF0995_3: Técnicas de entrevista y encuesta**, que pertenece al Certificado de Profesionalidad **COMM0111: Asistencia a la investigación de mercados**, de la familia profesional de **Comercio y Marketing**.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta Unidad Formativa es enseñar al alumno a resolver conflictos e incidencias en el proceso de encuesta.

Para ello, se analizarán las incidencias en el proceso de encuesta/entrevista y el comportamiento y actitudes del encuestador.

Objetivos

Al finalizar esta unidad formativa aprenderás a aplicar técnicas de resolución de incidencias y reclamaciones en el trabajo de campo siguiendo procedimientos establecidos.

Área: comercio y marketing

Índice

UD1. Incidencias en el proceso de encuesta/entrevista	7
1.1. Entorno de la entrevista.....	9
1.1.1. Guía de entrevista y argumentario de la investigación ...	12
1.1.2. Cuaderno de trabajo de campo.....	18
1.2. Fases del proceso y desarrollo de la entrevista.....	28
1.2.1. Toma de contacto con el entrevistado	47
1.2.2. Acercamiento a la persona a entrevistar en entrevista personal, telefónica y “on line”	50
1.2.3. Finalización: Despedida y cierre	57
1.3. Incidencias habituales en los procesos de encuesta/entrevista ..	64
1.3.1. Rechazos y ausencias	70
UD2. Comportamiento y actitudes del encuestador	85
2.1. Motivación para participar en la encuesta.....	87
2.1.1. Códigos éticos de obtención de información por encuesta	103

2.2.	Formulación de preguntas	118
2.2.1.	El diálogo del entrevistador con el entrevistado.....	134
2.2.2.	La creación de un clima favorable.....	136
2.2.3.	Obtención de respuestas adecuadas	138
2.3.	Técnicas de resolución de reclamaciones en la encuesta/ entrevista.....	143
	Glosario	163
	Soluciones	165
	Anexo	167

UD1

Incidencias en el proceso
de encuesta/entrevista

- 1.1. Entorno de la entrevista
 - 1.1.1. Guía de entrevista y argumentario de la investigación
 - 1.1.2. Cuaderno de trabajo de campo
- 1.2. Fases del proceso y desarrollo de la entrevista
 - 1.2.1. Toma de contacto con el entrevistado
 - 1.2.2. Acercamiento a la persona a entrevistar en entrevista personal, telefónica y “on line”
 - 1.2.3. Finalización: Despedida y cierre
- 1.3. Incidencias habituales en los procesos de encuesta/entrevista
 - 1.3.1. Rechazos y ausencias

1.1. Entorno de la entrevista

Una vez que la persona seleccionada ha accedido a ser entrevistada, el personal de campo (es decir los entrevistadores) debe dirigir todos sus esfuerzos a **conseguir crear un clima agradable de conversación**, un ambiente de cordialidad que le permita realizar la entrevista del mejor modo posible.



El *Diccionario de Sociología de Fairchild* define la [entrevista](#) como el proceso de "obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional".

Para ello, explicar correctamente cuáles son los objetivos de la investigación, informar a la persona seleccionada sobre la importancia que tienen sus respuestas y garantizarle expresamente la confidencialidad de la información que va a proporcionar, sin duda, contribuyen a crear ese ambiente.



Durante la fase de formación o **entrenamiento**, que debe realizarse siempre antes de que dé comienzo el trabajo de campo o recogida de información, se proporcionará al personal de campo la información y argumentos adecuados sobre los objetivos de la investigación, la entidad que la respalda, el método de selección de encuestados, la finalidad y utilización que se hará de la información recogida y los derechos de anonimato y confidencialidad que se garantizan a las personas entrevistadas.

Todos estos datos deben ser transmitidos del mismo modo por el personal de campo a todas las personas seleccionadas. **Nada se dejará a la improvisación**, ya que todas las personas entrevistadas deben recibir los mismos estímulos para garantizar que todas responden desde el mismo marco de referencia.

Para lograr un clima adecuado que favorezca la colaboración de la persona entrevistada, en el caso de las entrevistas personales, **es recomendable que entrevistador y entrevistado se encuentren a solas**. Así, la persona entrevistada se encontrará con mayor libertad para expresar su opinión abiertamente y se logrará una mayor sinceridad en sus respuestas.

Esta recomendación es especialmente relevante cuando la entrevista aborda temas “delicados” como intención de voto, sexualidad, hábitos o consumo de determinadas sustancias, etc. O, por ejemplo, cuando se debe entrevistar a determinados colectivos de población, como es el caso de los jóvenes, que pueden verse cohibidos por la presencia de sus progenitores al contestar a determinadas preguntas.

También es recomendable **que la entrevista se realice en un ambiente sin interferencias** que afecten a la adecuada comunicación entre entrevistador y entrevistado.

Por ejemplo, si la entrevista se realiza en un domicilio familiar y la persona a entrevistar invita al entrevistador a entrar en el domicilio, es conveniente realizar la entrevista en una estancia de la vivienda donde no haya más personas presenciando la situación, donde no esté la televisión encendida o música a un volumen excesivamente alto.



Salón de una vivienda

Si la entrevista se realiza en un lugar de trabajo, como una oficina o un establecimiento comercial, es recomendable que no se encuentren presentes compañeros de trabajo, clientes o personas que puedan ejercer influencia en las respuestas de la persona entrevistada, como es el caso de los supervisores o jefes.



Para lograr un clima adecuado que favorezca la colaboración de la persona entrevistada, es recomendable que entrevistador y entrevistado se encuentren a solas y que la entrevista se realice en un ambiente sin interferencias.

Durante la realización de entrevistas, es habitual que la persona seleccionada exprese su reticencia a colaborar afirmando que no sabrá qué o cómo contestar. Suele ocurrir, por ejemplo, cuando se selecciona a una persona de avanzada edad, a personas que no han cursado estudios o personas con baja autoestima. En estos casos, aún cumpliendo los requisitos para formar parte de la muestra (edad, sexo, etc.), las personas seleccionadas animan a los entrevistadores a seleccionar a otras personas.

Es labor del entrevistador, en estos casos, **generar seguridad y confianza en la persona seleccionada** informándole que, en todo momento, le ofrecerá las indicaciones necesarias para enseñarle cómo contestar. Durante las sesiones de entrenamiento, los entrevistadores habrán recibido instrucciones precisas sobre cómo proceder y qué decir en estos casos para alejar las reticencias de la persona seleccionada y crear el entorno que le animará a colaborar.

El siguiente párrafo propuesto por *Fowler y Manglione* es un excelente ejemplo de cómo solventar esta situación:

"Es posible que usted nunca haya respondido a una encuesta, de modo que me gustaría indicarle unas pautas sobre cómo hacerlo. Yo voy a leer las preguntas literalmente, de la misma forma que se las he leído al resto de entrevistados. Hay —básicamente— dos formas de responder: en algunas preguntas debe responder con sus propias palabras, y yo recogeré su respuesta literalmente. En otros casos, yo le leeré una serie de respuestas, y usted debe elegir una de ellas. Si en algún momento durante la entrevista no tiene claro cómo proceder, no dude en preguntar".

1.1.1. Guía de entrevista y argumentario de la investigación

Para que todos los entrevistadores realicen las entrevistas de forma homogénea deben disponer de un manual donde se les indique con precisión qué decir a los entrevistados, cómo decírselo y cuál es la secuencia de acciones que deben realizar en cada momento. Este manual se conoce como *guía de la entrevista*.



La **guía de la entrevista** es un protocolo que ofrece orientaciones y pautas de actuación a los entrevistadores sobre cómo deben realizar la selección de la persona a entrevistar y cómo deben realizar la entrevista.

El equipo que dirige la investigación formará a los encuestadores sobre:

- Cuál es la finalidad de la entrevista.
- En qué partes se estructura.
- Qué tipos de preguntas la integran.
- Qué objetivo persigue cada pregunta en relación con el objetivo general de la investigación.
- Qué textos deben leer a los entrevistados y cuáles no.
- Cómo registrar las respuestas de las personas encuestadas.
- Etc.



Figura leyendo un libro



Durante la fase de entrenamiento, los entrevistadores deben adquirir un conocimiento exhaustivo del contenido íntegro de la entrevista.

Por ejemplo, los investigadores del Centro de Investigaciones Sociológicas (C.I.S.) hacen entrega a sus encuestadores de las siguientes normas para la correcta aplicación del cuestionario a las personas entrevistadas:

Normas para la correcta aplicación del cuestionario

- Cumplimentar todos los datos correspondientes a la cabecera del cuestionario con los correspondientes números de código que se facilitan en las hojas de muestra.
- Todas las encuestas deben traer rellenado el número de entrevistador.
- Realizar la entrevista sin presencia de terceras personas.
- Leer la introducción del cuestionario resaltando el anonimato.
- Crear una relación lo más relajada y fluida posible, para que el entrevistado se sienta cómodo y confiado y conteste a las preguntas personales sin ningún tipo de recelo.
- Leer literalmente todas las preguntas sin hacer ningún tipo de comentario o sugerencia.
- Respetar el orden de las preguntas.
- Mostrar las correspondientes tarjetas cuando así lo indican las instrucciones del cuestionario.
- Prestar atención a todos los filtros que se indican en el cuestionario, haciendo sólo las preguntas en los casos que procedan.
- En aquellas preguntas en las que se incluye la posibilidad de recoger otras respuestas: anotar literalmente todo lo que diga el entrevistado.
- Tener especial cuidado de no mencionar las opciones que llevan la instrucción: **No leer**.
- Las preguntas abiertas deberán formularse de la manera más neutral posible, sin ningún tipo de comentario o sugerencia. Transcribir con concreción y claridad, evitando respuestas vagas o ambiguas.
- Todas las respuestas tienen que recoger alguna contestación o, en su caso, el N.C., pero nunca pueden venir sin codificar.
- Los datos a llenar por el entrevistador deberían venir correctamente cumplimentados.

- El cuadro de incidencias por entrevista recogerá el número de orden y todos los contactos realizados hasta su consecución.
- Se anotará la fecha, día, hora y duración de la entrevista.
- La valoración se hará con sinceridad, se trata de recoger la opinión subjetiva del entrevistador. Su opinión no tendrá ningún efecto ni sobre las respuestas obtenidas ni sobre la aceptación de su trabajo.

Una vez que dé comienzo el trabajo de campo, es conveniente que los entrevistadores cuenten con una guía que les ofrezca instrucciones precisas sobre qué partes deben leer al entrevistado y qué partes no, qué preguntas deben realizarle y cuáles no, cuándo deben presentar algún material (fichas, fotografías, tarjetas, etc.) al entrevistado, cómo actuar y cómo responder ante determinadas situaciones o preguntas de los entrevistados, etc.

Por ejemplo, si tras seleccionar una vivienda el entrevistador debiese seleccionar una persona de unas características concretas (sexo, edad, titulación, etc.), la guía de la entrevista debería incluir toda la información sobre el procedimiento adecuado y las instrucciones necesarias para poder realizar correctamente la selección de la persona.

Volvamos a la documentación que entrega el C.I.S. a sus encuestadores para ilustrar estos aspectos. En este caso, se trata de las instrucciones para la correcta selección de las personas a las que se les solicitará colaboración en la encuesta.

Para más información, consulta las “Instrucciones para la correcta aplicación de la muestra” en el anexo al final del libro

En mayor o menor medida, todos los cuestionarios contienen instrucciones para los encuestadores que, en ningún caso, deben leerse a los encuestados. De ahí que entre las entidades de investigación, tanto de carácter público como privado, se haya consolidado la práctica de recurrir a diferenciar las instrucciones del texto de las preguntas y respuestas utilizando una tipografía diferente para facilitar al entrevistador que distinga ambos tipos de información de una forma visual rápida.

Para más información, consulta «un ejemplo de “Guía de la Entrevista” de una investigación hipotética sobre intención de voto que permite comprobar cómo se trasladan en la práctica estas instrucciones a los encuestadores» en el anexo al final del libro



Las instrucciones que aparecen a lo largo de cualquier cuestionario tienen como finalidad la **estandarización** de la información que reciben todos los encuestados. Y esta condición —la estandarización de la situación que tiene lugar durante cada entrevista— es condición sine qua non en investigación sociológica para que todos los encuestados respondan desde el mismo marco de referencia.

La estandarización de la entrevista persigue la comparabilidad de las respuestas y esto no es posible si el entrevistador introduce un **sesgo** en la entrevista ofreciendo a cada entrevistado información, orientaciones o aclaraciones diferentes.

Las instrucciones evitan que un encuestador tome decisiones arbitrarias o improvisadas durante la realización de una entrevista, ya que le ofrecen en cada momento la orientación necesaria para realizar la entrevista de forma adecuada.

Veamos, a continuación, algunas de las instrucciones más frecuentes que podemos encontrar en un cuestionario:

- Cuando en un cuestionario se recogen varias opciones separadas por una barra inclinada (/), esto indicará al encuestador que debe leer sólo la opción adecuada. Por ejemplo, “Buenos **días/tardes/noches**, cuando usted va a hacer la compra de productos de limpieza...”. En este caso, el entrevistador deberá escoger el saludo adecuado en función del momento del día en que se encuentre realizando la entrevista.
- Si algunas palabras de una pregunta aparecen destacadas con un subrayado, esto indicará al entrevistador que debe leer esas palabras haciendo un mayor énfasis en su pronunciación o elevando sensiblemente el tono de voz. Por ejemplo, “¿Considera que **dentro de un año**...?”. En este caso, el entrevistador hará un mayor énfasis al leer “dentro de un año” porque ese referente temporal es relevante para que el encuestado conteste de forma adecuada.
- Si una instrucción aparece antes de una pregunta, ofrecerá información al encuestador sobre la forma de formular dicha pregunta. En cambio, si la instrucción aparece después de la pregunta, le ofrecerá alguna pauta o advertencia sobre la forma en que debe registrar la respuesta ofrecida por el entrevistado.

Algunas instrucciones frecuentes antes de una pregunta son: “**Solicitar dos respuestas como máximo**”; “**Para todos los encuestados**”; “**A los que han contestado “Sí” en la pregunta anterior**”; “**Enseñar tarjeta nº 5**”; “**Pasar a la pregunta nº 6**”, etc.

- Cuando a lo largo de la entrevista se realizan preguntas sobre distintos temas, suelen incluirse textos explicativos que tienen como finalidad introducir cada bloque temático o dar por finalizadas las preguntas relativas a una temática específica.

El entrevistador dará estas indicaciones a la persona encuestada manteniendo el contacto visual para mantener el interés y otorgar a la entrevista un carácter de “conversación” sobre distintos temas. Por ejemplo, **“Hasta ahora le he realizado preguntas sobre sus hábitos de alimentación, a continuación le haré algunas preguntas sobre la alimentación de sus hijos”**.

- Para indicar al encuestador que debe hacer un “salto” en las preguntas del cuestionario suele utilizarse una flecha que se coloca al lado de la respuesta que motiva ese filtro. Por ejemplo:

P. 7. ¿Ha solicitado un crédito personal a una entidad financiera a lo largo del año 2013?

01. Sí

02. No → (pasar a P. 10)

03. NS/NC



Durante el entrenamiento de los encuestadores, el equipo investigador explicará qué tipografía específica se utilizará para las instrucciones: texto en letra mayúscula, letra destacada en negrita o subrayada, texto entre paréntesis o entre corchetes, texto enmarcado en un cuadro, flechas que indican los “saltos” o filtros que es necesario realizar en el cuestionario en función de las respuestas de los encuestados, etc.

Para más información, consulta “las instrucciones, utilizando los recursos tipográficos descritos, que contiene el cuestionario elaborado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (C.I.S.) para realizar el Barómetro correspondiente a Enero de 2014” en el anexo al final del libro

1.1.2. Cuaderno de trabajo de campo

En el caso de las encuestas que se realizan a través de entrevistas personales, las entidades tanto públicas como privadas de investigación social y de mercados proporcionan todo el material necesario para que el personal de campo pueda informar adecuadamente a las personas seleccionadas y realizar un correcto registro de toda la información que genera la fase de recogida de información.



Bolígrafo sobre un cuaderno

Entre el material que se proporciona al encuestador puede encontrarse la siguiente documentación:

- Carné o acreditación como encuestador (debe estar vigente).



El *Estándar de Calidad en la Investigación de Mercados (ECIM ESOMAR)* denomina *Tarjeta de Identidad para el Personal de Campo* al carné, o la acreditación, de los encuestadores.

El texto del Estándar (en el apartado 4.2.6.) establece los **requisitos**, en cuanto al contenido y a la utilización de dicho documento, que las empresas de investigación social y de mercados pertenecientes a la Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión (ANEIMO) deben respetar. Concretamente, el texto establece que:

"Las empresas asociadas a ANEIMO deberán utilizar la Tarjeta de Identidad del Entrevistador (TIE) que las acredita como miembros de esta asociación.

La TIE contendrá los siguientes datos de identidad:

- Especificación clara de la empresa asociada a ANEIMO.
- Nombre del entrevistador.
- Nombre, dirección y teléfono de la empresa.

Para su uso se observarán las siguientes reglas:

- I. Las TIE deben renovarse a principios de cada año para todo el personal de campo que esté en contacto con el público. La empresa deberá tener en consideración esta circunstancia en las contrataciones de personal durante el año.
- II. En el caso de personal de campo nuevo en la empresa, las TIE deben emitirse antes de su primer trabajo.
- III. Las TIE deben de ser emitidas por la oficina central u oficina regional de la compañía.
- IV. Cada año, la compañía debe renovar la fotografía del individuo para su TIE. La fotografía será reciente."
- V. La compañía debe asegurarse que todos los individuos que trabajan en su nombre usan la TIE de la compañía adecuada y no otra tarjeta emitida por otra empresa.

A modo de ilustración, a continuación se ofrece un posible modelo de carné o acreditación de encuestadores:

Cara delantera del carné de encuestador/a

Foto
reciente

Empresa Ficticia S.A.
Investigación de Mercados y Opinión
Calle, nº 50 – Bajo
18010 Granada
Telf.,: 958 00 00 00

Carné de encuestador/a

D. / Dña.: Nombre y apellidos del/la encuestador/a

D.N.I. nº: _____

Cuenta con la autorización de Empresa Ficticia S.A. para actuar como encuestador/a en la presente investigación.

Cara posterior del carné de encuestador/a

De acuerdo con el **Código Ético ESOMAR**, que rige los estudios de Investigación de Mercado y Opinión, garantizamos que las informaciones recogidas por los/as encuestadores/as tienen un carácter **confidencial** y que nunca serán utilizadas individualmente, sino de forma **global**.

Fdo.: Nombre y apellidos

Director

Este carné caduca el: dd/mm/aaaa