

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS, NORMAS Y FUNCIONES DEL ENCUESTADOR



LATIN AMERICAN PUBLIC OPINION PROJECT (LAPOP)
VANDERBILT UNIVERSITY

2017

ÍNDICE TEMÁTICO

1. Introducción	1
2. Algunas definiciones básicas	3
2.1. ¿Qué es una encuesta?	3
2.2. ¿Qué es una muestra?	3
2.3. Entrevista	3
2.4. Encuestador(a)/entrevistador(a)	3
2.5. Encuestado(a)/entrevistado(a)	4
2.6. Cuestionario	4
2.7. Supervisor(a)	4
3. Funciones y responsabilidades del encuestador(a)	5
3.1. Funciones y responsabilidades	5
3.2. Materiales del encuestador(a)	6
4. Consideraciones éticas	7
5. Procedimiento para realizar la entrevista	7
5.1. Factores motivadores e inhibidores	10
5.2. Aspectos fundamentales a considerar al realizar una entrevista	12
6. Relación con el supervisor(a)	13
6.1. Recepción y entrega de materiales	13
7. Prohibiciones del(la) encuestador(a)	14
8. Instrucciones específicas para el correcto llenado de los cuestionarios de LAPOP	15
Anexos	23
Anexo 1: Hoja de información del estudio	24
Anexo 2: Tarjeta de apoyo	25
Anexo 3: Paleta de colores	26

1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto de Opinión Pública de América Latina ha estado a la vanguardia en la realización de encuestas de opinión pública y ha adquirido una amplia experiencia y reconocimiento por la alta calidad de la información obtenida a través de las mismas. Desde los años 70's ha venido realizando encuestas en forma sistemática en América Latina con el propósito de explorar los puntos de vista de los y las ciudadanas en el ámbito político, específicamente sus comportamientos y valores relacionados con la democracia –apoyo al sistema, tolerancia política, autoritarismo, corrupción, gobiernos locales y participación ciudadana-. Además, ha buscado determinar la magnitud y la forma en que las mujeres pueden o han sido excluidas de la participación política, así como también, conocer los efectos que, tanto la educación en la tolerancia como la percepción de la corrupción en los gobiernos, producen en la población.

Anteriormente LAPOP estuvo asentado en la Universidad de Pittsburgh y actualmente, desde el año 2004, forma parte de la Universidad de Vanderbilt. En su larga trayectoria ha conducido más de 60 encuestas, a través de las cuales ha sondeado una variedad de tópicos que son de gran interés para investigadores sociales y políticos, funcionarios gubernamentales, instituciones que trabajan en temas relacionados con el fortalecimiento de las democracias en América Latina y para ciudadanos interesados en estos temas.

A pesar de que el Proyecto de Opinión Pública de América Latina comenzó de una manera informal, su elevada reputación en la conducción de encuestas de calidad, ha generado una creciente demanda en la realización de investigaciones sobre diversos aspectos de la democracia, lo cual ha permitido la expansión del LAPOP. Sus rondas de encuestas regulares cubren hoy 28 países de las Américas, y el proyecto ha realizado encuestas también en Madagascar, Israel, Nepal y Albania.

Con el paso de los años, LAPOP ha creado un rico acervo de bases de datos que contienen información de la opinión pública en América Latina sobre el área política y más específicamente sobre temas relacionados con la democracia. Es más, una evaluación independiente realizada a las encuestas del Proyecto de Opinión Pública de América Latina determinó que, LAPOP ha logrado su ambicioso objetivo de producir calidad de información recopilada a través de encuestas – así como también, producción de análisis – la cual cumple con los más altos estándares de investigación académica tanto en Estados Unidos como en Europa.

LAPOP ha logrado también otro de sus objetivos: contribuir a la consolidación de la democracia y el desarrollo de América Latina y otros países, a través del impacto y uso de los resultados de las encuestas por parte de analistas, académicos, investigadores, funcionarios públicos y todas aquellas personas involucradas en la elaboración de políticas públicas, entre otras. De hecho, toda la información obtenida a lo largo de los años, ha servido de base para la elaboración de muchos artículos y disertaciones académicas. También, ha sido utilizada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en sus esfuerzos de promover la democracia en los países de América Latina, por el Banco Mundial en sus mediciones sobre gobernabilidad, y además, ha sido retomada por diversos gobiernos de países latinoamericanos.

El Proyecto de Opinión Pública de América Latina, es consciente de la enorme responsabilidad que posee en la elaboración de encuestas. Por lo mismo, con en el afán de realizar un trabajo

de recopilación de información con los más rigurosos niveles de calidad, confiabilidad y veracidad, ha diseñado este **manual de procedimientos, normas y funciones del encuestador(a)**, con el propósito de contar con una herramienta que sirva como guía para una adecuada aplicación de las encuestas.

El presente manual contiene definiciones, procedimientos, normas e instrucciones, las cuales pretenden orientar y facilitar el trabajo de campo, y está especialmente dirigido a las y los encuestadores, con el fin de que cuenten con un instrumento de referencia en su **importante** labor de recolectar información, pues de ello depende en buena medida el éxito de las encuestas.

2. ALGUNAS DEFINICIONES BÁSICAS

A continuación se presentarán algunas definiciones importantes en el desarrollo de la actividad de un encuestador, las cuales serán utilizadas a lo largo de este manual.

2.1. ¿Qué es una encuesta?

Es una herramienta para obtener información sobre una población determinada, mediante la elaboración de un cuestionario que se aplica a los individuos que conforman dicha población o a una *muestra representativa* de ella.

La información requerida puede referirse a los atributos de los sujetos que componen esa población, así como también, su comportamiento, actitudes, opiniones, necesidades, características socioeconómicas y demográficas (edad, nivel educativo, ingresos, condición laboral, estado familiar, número de hijos e hijas, etc.), entre otros.

Las encuestas pueden llevarse a cabo de varias formas, como por ejemplo, por teléfono, por correo o en persona.

2.2. ¿Qué es una muestra?

Es un conjunto de casos o individuos representativos de una población determinada. Para que una muestra sea representativa debe elegirse cuidadosamente para que refleje las características, opiniones, creencias y atributos de la población total o grupo completo que se estudia.

La inclusión de sujetos en la muestra debe ser realizada mediante una técnica de muestreo, que permita posteriormente generalizar la información obtenida a toda la población en estudio.

2.3. Entrevista

Es una conversación que posee un propósito. Dicho propósito depende del o los temas que se investigan. En otras palabras, es la interacción entre encuestador y entrevistado, en donde el encuestador realiza una serie de preguntas a la persona entrevistada con el fin de obtener información sobre temas específicos, planteados con anterioridad.

El desarrollo de una entrevista requiere de mucha habilidad por parte del/la entrevistador/a, puesto que el objetivo es lograr recopilar la información requerida en forma completa y objetiva, en un ambiente de mucho respeto, prudencia y cordialidad.

2.4. Encuestador(a)/entrevistador(a)

Es la persona encargada de llevar a cabo la entrevista; es decir, de aplicar los cuestionarios --plantear las preguntas, escuchar y registrar las respuestas de las personas entrevistadas--, de acuerdo a los procedimientos y normas planteadas en este manual.

El trabajo de un encuestador o encuestadora es fundamental, pues de él o ella depende en gran medida que la información recopilada sea confiable, completa y de alta calidad.

2.5. Encuestado(a)/entrevistado(a)

Es la persona seleccionada para responder a las preguntas del cuestionario y con quien el encuestador tiene que interactuar.

2.6. Cuestionario

Es el instrumento elaborado para recopilar la información necesaria. Es el documento que contienen las preguntas que un encuestador debe realizar a las y los entrevistados y en el cual existe un espacio específico para anotar las respuestas brindadas por la persona interrogada.

El cuestionario puede estar plasmado en un medio físico (papel) o en un medio electrónico (ej. tableta o teléfono).

Básicamente se pueden distinguir dos tipos de cuestionarios:

- De administración directa: en donde la persona entrevistada anota por sí misma sus respuestas.
- De administración indirecta: en donde el entrevistador o entrevistadora anota las respuestas brindadas por el o la entrevistada.

En general, el tipo de administración indirecta es la más empleada y es el que se utiliza en los estudios del LAPOP.

2.7. Supervisor(a)

Es la persona responsable de garantizar que se lleven a cabo los procedimientos necesarios y adecuados para aplicar la encuesta y así recoger la información requerida. Además, se encarga de velar por la precisión y calidad de los datos recopilados.

Generalmente tiene bajo su cargo a un número determinado de encuestadores(as) a quienes debe organizar, dirigir y controlar durante todo el proceso de aplicación de las encuestas.

3. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL ENCUESTADOR(A)

El trabajo de un encuestador es uno de los más importantes dentro de la realización de encuestas, pues es el encargado de recopilar la información en forma veraz, fidedigna y oportuna. Además, de su responsabilidad, buen desempeño y cooperación depende en buena medida el éxito de la investigación.

3.1. Funciones y responsabilidades

- ⇒ Identificar el hogar seleccionado y la persona que cumpla con las características requeridas para ser incluida dentro de la muestra.
- ⇒ Solicitar la información a la persona entrevistada en forma cortés.
- ⇒ Leer a cada entrevistado(a) la “hoja de información del estudio” y realizar la entrevista únicamente a aquellas personas que aceptan ser entrevistadas.
- ⇒ Aplicar el cuestionario en forma completa.
- ⇒ Completar la información demográfica y muestral que sea requerida en el cuestionario
- ⇒ Revisar cada boleta o cuestionario para asegurarse de que todas las preguntas fueron realizadas y que todos los datos solicitados han sido colocados. Además, revisar que los comentarios pertinentes fueron debidamente registrados o anotados.
- ⇒ Corregir o completar información, entrevistando de nuevo a la persona informante.
- ⇒ Realizar las entrevistas mediante visitas personales y aplicar correctamente el cuestionario.
- ⇒ Contar con la disponibilidad de tiempo necesaria para aplicar las encuestas a las horas que indiquen las personas a ser entrevistadas; así como también, estar disponible todo el tiempo que sea requerido para la realización de la encuesta.
- ⇒ Mantener una conducta adecuada durante todo el trabajo de campo y especialmente durante la entrevista. Recordar que representa a una institución específica, es la imagen visible de la institución.
- ⇒ Llevar siempre consigo, durante el trabajo de campo, los documentos y distintivos que lo acreditan como encuestador(a).
- ⇒ Velar por la integridad del material recibido para realizar el trabajo.
- ⇒ Mantener relaciones respetuosas con el equipo de trabajo --supervisores, encuestadores y coordinadores--.
- ⇒ Asistir al curso de capacitación o entrenamiento y participar en forma activa.

- ⇒ Realizar la aplicación de las encuestas de acuerdo con las instrucciones y disposiciones impartidas en el curso de capacitación; así como también en función de las recomendaciones contenidas en este manual.
- ⇒ Estudiar cuidadosa y detalladamente el presente manual, con el fin de obtener un completo manejo y comprensión del mismo.

3.2. Materiales del encuestador(a)

El material necesario para desarrollar su trabajo le será entregado al inicio del trabajo de campo y es el siguiente:

- ✓ Credencial de identificación emitida por la institución responsable de la encuesta.
- ✓ Manual del encuestador(a).
- ✓ Guía corta del entrevistador
- ✓ Lineamientos básicos para el uso del software de recolección de datos
- ✓ Cuestionarios en papel (si fuera necesario)
- ✓ Dispositivo (teléfono o tableta) con cuestionario electrónico
- ✓ Cargador del teléfono¹
- ✓ Batería de repuesto
- ✓ Tarjetas de apoyo.
- ✓ Paletas de color
- ✓ Tabla de apoyo.
- ✓ “Hojas de información del estudio” que deberá presentar a cada persona entrevistada.
- ✓ Información del punto muestral
- ✓ Información de contacto de supervisor y de la empresa
- ✓ Lista de control previa a la salida al campo

En el caso de los cuestionarios impresos en papel, debe verificar que cada uno de ellos esté completo; es decir, debe contar cada página de cada una de las boletas con el propósito de asegurarse de que no haga falta ninguna. Esto debe realizarse al momento de que el supervisor(a) o coordinador(a) le haga entrega del material respectivo.

No olvidar todo el material necesario para llevar a cabo las entrevistas.

Es fundamental que el encuestador lleve siempre consigo la credencial que lo acredita como tal.

El material recibido es propiedad de la institución y debe ser devuelto en su totalidad y en buen estado al finalizar el trabajo respectivo.

¹ Los cargadores de los teléfonos deben ser entregados a cada encuestador, junto con los teléfonos. Los encuestadores deben asegurarse de que los teléfonos reciben **carga completa** cada día, antes de salir al trabajo de campo.

4. CONSIDERACIONES ÉTICAS

- Δ Nunca alterar o ignorar la información u opiniones proporcionadas por las personas entrevistadas. Adulterar y/o excluir información es algo que no es permitido bajo ninguna circunstancia.
- Δ Nunca falsear información. No se debe completar los cuestionarios o preguntas que hayan quedado en blanco con información falsa; es decir, que no haya sido brindada por los y las entrevistadas.
- Δ No se debe presionar u obligar a los y las entrevistadas para que proporcionen la información requerida en la encuesta.
- Δ Respetar las respuestas y opiniones de las personas entrevistadas.
- Δ En ningún caso se debe inducir o sugerir las respuestas de las personas encuestadas.
- Δ Bajo ningún motivo se debe ofrecer alguna recompensa o hacer falsas promesas a cambio de brindar la información solicitada en la encuesta.
- Δ Nunca se debe divulgar, repetir o comentar la información u opiniones proporcionadas por la persona entrevistada; así como tampoco mostrar a personas ajenas al estudio los cuestionarios que hayan sido completados. Recordar siempre que la información brindada en **CONFIDENCIAL**.

5. PROCEDIMIENTO PARA REALIZAR LA ENTREVISTA

A pesar de que la tarea de entrevistar se aprende y perfecciona únicamente con la experiencia, a continuación se detallan una serie de instrucciones que tienen como propósito orientar y facilitar el trabajo del encuestador(a) al momento de realizar la entrevista, para que esta pueda ser realizada en una forma adecuada.

- ◆ **Ubicación de la persona entrevistada:** en primer lugar, es necesario ubicar a los posibles informantes y asegurarse de que cumplen con los requisitos necesarios para ser incluidos dentro de la muestra.
- ◆ **Presentarse adecuadamente:** es importante hacer una adecuada presentación para generar confianza en la persona entrevistada para que luego proporcione la información requerida con la mayor naturalidad y veracidad posible.

Para ello es necesario:

- Mencionar el nombre del encuestador(a) mostrando la credencial que lo acredita como tal.
- Entregar la “hoja de información del estudio” al informante.
- Presentar la investigación mencionando los objetivos en forma general, instituciones participantes y auspiciantes.

- Es necesario señalar, como se menciona en la hoja de información del estudio, que la persona a entrevistar fue seleccionada al azar al igual que otras personas incluidas dentro de la muestra del estudio.
- Y por último, es importante aclarar y **enfatizar** que la información brindada es de carácter **CONFIDENCIAL** y que la encuesta es totalmente **ANÓNIMA**.

(*) La carta de hoja de información del estudio es una herramienta a través de la cual el encuestador presenta los temas y objetivos de la encuesta, permitiendo de esta forma al informante aclarar dudas, preguntar sobre la encuesta y decidir su participación en la misma. Además, es una evidencia de que el encuestador(a) solicitó el consentimiento de la persona entrevistada para realizar la encuesta (ver anexo 1).

Si el informante no pide demasiadas explicaciones o aclaraciones, no entre en detalles que lo puedan llevar a confusión. Haga la presentación general e inicie con el cuestionario.

A veces hay personas entrevistadas que preguntan muchas más cosas sobre el estudio antes de acceder a responder el cuestionario o incluso una vez ya iniciada la entrevista. Por eso, queremos darles alguna información adicional que les permita responder las inquietudes de las personas entrevistadas.

- En la carta de presentación se indica que venimos de parte de la Universidad de Vanderbilt, esta es una universidad de Estados Unidos que está dirigiendo un estudio de Opinión Pública (opinión de los ciudadanos de cada país) en 28 países de América. Este estudio lo viene realizando desde hace varios años en otros países.

- En el cuestionario aparece el logo de LAPOP, ¿qué quiere decir LAPOP?: Latin American Public Opinion Project (Proyecto de Opinión Pública en América Latina).

Vestimenta apropiada: se debe visitar los hogares y presentarse ante la persona seleccionada para la entrevista con una vestimenta apropiada y debidamente

arreglado(a). No debe hacer uso de ropa u objetos visibles que posean colores, frases u otros distintivos que se identifiquen con algún partido político o con alguna orientación ideológica determinada.

Este es un factor importante dentro de la presentación el cual puede influir en buena medida en la aceptación de colaboración por parte del entrevistado(a).

- ◆ **Confianza y seguridad:** el encuestador(a) debe tratar de mostrarse seguro, eso ayudará a generar confianza a la persona entrevistada, evite expresar inseguridad o miedo.
- ◆ **Privacidad:** la presencia de otras personas puede intimidar al entrevistado e influir en sus respuestas; así como también puede perturbar el adecuado desarrollo de la entrevista. Por lo anterior, no es conveniente entrevistar a un sujeto cuando otra persona esté presente, lo mejor es aislar --de ser posible y sin vulnerar la sensación de seguridad de la persona-- al informante para que este pueda sentirse con mayor libertad para expresar sus opiniones, creencias y demás información solicitada en el cuestionario.
- ◆ **Neutralidad:** es de suma importancia mantener una postura muy profesional; es decir, escuchar y registrar todas las respuestas con naturalidad y sobre todo con mucho respeto.

Nunca se debe opinar o influir en las respuestas de los individuos. Se debe evitar hacer expresiones con el rostro, cambios en el tono de voz o emisión de sonidos que puedan sugerir o comunicar al informante la postura u opinión del encuestador(a); es decir, que muestren aprobación, rechazo o sorpresa ante las respuestas de la persona entrevistada. Muchas personas tienden a opinar o brindar respuestas que consideran van a ser del agrado del encuestador(a).

- ◆ **Redacción, orden y lectura de las preguntas:** todas las preguntas de los cuestionarios son redactadas con mucho cuidado y detalle, de tal manera que no induzcan a una respuesta específica o que traten de sugerir que una respuesta es buena, mala o preferible que otra. Por lo mismo, es importante que el encuestador(a) **lea en forma exacta y completa cada pregunta**, no debe hacer interpretaciones de las mismas, en caso contrario pueden perder la neutralidad que poseen o incluso cambiar el sentido de estas.

Además, el cuestionario ha sido elaborado de acuerdo a una secuencia específica y lógica de los temas abordados. Por ello, deben realizarse las preguntas respetando la secuencia en la que se encuentran dentro del cuestionario, de no hacerlo puede cambiar el sentido de las mismas e inducir a respuestas determinadas.

Tener presente que cada una de **las preguntas deben leerse despacio**, en voz alta y con la mayor claridad posible, respetando las puntuaciones que estas posean.

- ◆ **Control de la situación:** una cualidad especial de un encuestador(a) es mantenerse sereno ante situaciones inesperadas e incluso incómodas, tales como: excesivas preguntas por parte de la persona entrevistada sobre los propósitos y desarrollo de la

encuesta, reclamos, rechazos bruscos o violentos, interrupciones provocadas por otras personas, amenazas, etc.

También, cuando el sujeto brinde respuestas largas con explicaciones innecesarias, sea cortés y no lo interrumpa en forma brusca, pero trate la manera de orientarlo para que finalice la respuesta y continuar con la secuencia del cuestionario.

Siempre debe mantener el control de la situación durante toda la entrevista y tener la paciencia necesaria. Recuerde que el informante está colaborando con su trabajo y le está brindando parte de su tiempo.

- ◆ **Repetir la pregunta:** muchas veces las personas pueden responder en forma vaga o no quieran responder a la pregunta. Ante esta situación, es necesario averiguar si lo que sucede es que la persona no ha entendido la pregunta, posee desconfianza o temor por tratarse de un tema delicado, por timidez o simplemente no recuerda el dato que se le pregunta. **La forma adecuada de explorar lo que sucede es realizando de nuevo la pregunta en forma textual.**

Cuando sea evidente que el encuestado(a) no entiende la pregunta, no debe ceder ante la tentación de tratar de explicar lo que se está preguntando, haciendo interpretaciones personales de la interrogante planteada, pues como ya se mencionó anteriormente, el hacerlo puede generar un cambio en el sentido de la pregunta.

Es prudente repetir únicamente una vez la misma pregunta, si luego de ello no se obtiene respuesta alguna por parte del entrevistado(a), se debe marcar la alternativa “No responde” y continuar con la siguiente interrogante, pues de lo contrario puede generar molestia o incomodidad al informante.

- ◆ **Evitar suposiciones:** evitar hacer suposiciones sobre las posibles respuestas de los informantes en función de sus características personales o socio-económicas. Nunca debe crearse expectativas o asumir respuestas, siempre se debe esperar a que la persona brinde su propia información.
- ◆ **Despedida y agradecimiento:** es indispensable, al finalizar la entrevista, agradecer amablemente la colaboración del entrevistado(a), la información y el tiempo brindado.
- ◆ **Revisión del cuestionario:** al finalizar la entrevista es importante revisar el cuestionario con el propósito de verificar que todas las preguntas fueron realizadas y que cada una de ellas posee una respuesta. También debe revisarse que los datos de identificación de la boleta estén completos. Lo anterior debe llevarse a cabo antes de retirarse del lugar de residencia del entrevistado(a), por si es necesario completar alguna información que haga falta. Si ha quedado alguna pregunta sin responder deberá consultar de nuevo a la persona entrevistada.

5.1. Factores motivadores e inhibidores

Durante una entrevista se encuentran algunos elementos importantes a tomar en cuenta, ya que en algunos casos pueden contribuir a que la persona acepte colaborar y contestar el

cuestionario y en otras ocasiones pueden dificultar la aceptación de la entrevista o pueden generar resistencias o rechazo durante el desarrollo de la misma.

▪ **Factores motivadores**

- *Expresión de opiniones o necesidades*: en general, las personas tienen necesidad de comunicar o expresar sus opiniones, creencias, necesidades y expectativas ante los problemas y situaciones de interés colectivo.
- *Reconocimiento*: el obtener reconocimiento por parte de otras personas u organizaciones puede motivar a los sujetos a realizar diversas actividades o acciones. Por lo tanto, es conveniente enfatizar la importancia que tienen las opiniones del/la entrevistada para el instituto que está llevando a cabo el estudio.
- *Espíritu de colaboración*: también, puede valerse de la satisfacción que provoca en la mayoría de personas el sentir que ayuda a otras. Por lo anterior, se le puede hacer saber a las personas entrevistadas que al aceptar la entrevista está colaborando directamente con el trabajo del encuestador(a), así como también, en la búsqueda de soluciones a los problemas de interés colectivo.
- *Una nueva experiencia*: aunque cada vez es menos frecuente, el participar como entrevistado(a) en una encuesta puede implicar una experiencia totalmente nueva para algunas personas, y por ende, puede considerarse como un hecho interesante.
- *Oportunidad de catarsis*: para algunas personas la entrevista puede ser la ocasión o el espacio para poder expresar sentimientos y opiniones que ha reprimido o guardado por largo tiempo.
- *Retribuciones*: en algunas ocasiones, se reconoce económicamente u de otra forma la participación de las personas en una encuesta, lo cual puede motivar a los sujetos a contestar el cuestionario. Pero de no ser así, usted debe recordar que es prohibido ofrecer recompensas o promesas falsas, sin embargo, puede enfatizarse la importancia que la información brindada tendrá para el estudio en cuestión.

El listado de elementos motivadores antes descritos puede ser de mucha utilidad para estimular a una persona a participar en una encuesta. Por lo tanto, el encuestador(a) debe conocerlos y hacer uso de ellos inteligentemente para lograr que una entrevista sea exitosa.

▪ **Factores inhibidores**

- *La encuesta como una amenaza*: en muchas ocasiones, algunas temáticas abordadas en los cuestionarios pueden ser vistas por el entrevistado(a) como una amenaza para él o ella, sobre todo si explora conductas realizadas u omitidas que puedan ser reprochables ante la opinión de otras personas. Los encuestadores(as) deben saber identificar cuando algo de ello ocurre y lograr

crear un ambiente de confianza y empatía que permita minimizar este sentimiento en la persona entrevistada.

- *El tiempo*: las tareas o actividades que la persona entrevistada desea llevar a cabo al momento de solicitar la entrevista son elementos que están en contra de la realización de la entrevista. Ante ello, se debe discernir si es el momento adecuado para llevarla a cabo o se debe postergar la aplicación del cuestionario, para lo cual se tendrá que solicitar una cita al informante. Sin embargo, se debe hacer lo posible por persuadir a la persona para que acepte ser entrevistada en ese momento.
- *Tabú*: algunas preguntas pueden ocasionar rechazo, por explorar temas que socialmente es mal visto hablar de ellos y más aún hacerlo con personas extrañas. De nuevo, el ambiente de empatía y confidencialidad debe resaltarse para evadir este obstáculo.
- *Traumas*: también, ciertos temas o preguntas pueden tocar o recordar experiencias traumáticas en algunas personas, lo cual puede hacer difícil el desarrollo de la entrevista. Si es una situación que puede convertirse en inmanejable para el encuestador(a), será mejor desistir de llevar a cabo la encuesta.

5.2. Aspectos fundamentales a considerar al realizar una entrevista

Existen ciertos elementos básicos que un encuestador(a) no debe olvidar al momento de llevar a cabo una entrevista:

- a**. Debe tener muy claro los objetivos de la encuesta, pues a menudo las personas entrevistadas solicitan información detallada sobre la misma.
- b**. Debe conocer a profundidad el cuestionario que utilizará, así como de todos los elementos conceptuales que involucra su tarea y las herramientas necesarias para llevar a cabo la encuesta (preguntas, saltos, tipos de respuesta, tarjetas de apoyo, etc.). Mientras más conocimiento tenga de ellas, más seguridad tendrá en sí mismo y mayor será la posibilidad de obtener una entrevista exitosa con información de calidad.
- c**. Es fundamental establecer un buen nivel de comunicación y empatía con el sujeto entrevistado, pues de ello depende en buena medida la fluidez de la entrevista, así como también la precisión y veracidad de las respuestas obtenidas.
- d**. La aplicación del cuestionario no debe ser aburrida, por el contrario debe ser ágil y dinámica. Una entrevista cansada puede repercutir en la calidad de la información o hasta llevar a un rechazo de la entrevista por parte del informante.

e. La tarea y responsabilidad fundamental de un encuestador(a) es obtener información de alta calidad, la cual será la base o el insumo principal del estudio que se realiza.

6. RELACIÓN CON EL(LA) SUPERVISOR(A)

Dado que el supervisor(a) es la persona responsable de organizar y dirigir a un equipo de encuestadores(as) durante todo el proceso del levantamiento de la información; así como también, de velar por la calidad de los datos recopilados a través de las encuestas, es necesario señalar los puntos a considerar en la relación de un encuestador(a) con su supervisor(a).

- Siempre debe existir una excelente comunicación entre supervisor(a) y encuestador(a) y una relación respetuosa y cordial. Cualquier inquietud, duda o inconveniente que surja durante el trabajo de campo el encuestador(a) tiene que comunicárselo al supervisor(a), con el propósito de aclarar las dudas o resolver cualquier problema en forma conjunta. Recordar que el supervisor(a) posee la última palabra en la toma de decisiones durante el trabajo de campo.
- El encuestador(a) debe mantener informado al supervisor(a) sobre todo el desarrollo del trabajo de campo.
- Recordar que una función del supervisor(a) es garantizar que el encuestador(a) cumpla con su trabajo en forma eficiente y satisfactoria, por lo que el supervisor(a) puede girar instrucciones al encuestador, las cuales debe aceptar y acatar permanentemente.
- El supervisor es el encargado de asignar la carga de trabajo a cada encuestador(a); es decir, el número de cuestionarios o entrevistas a realizar. El encuestador(a) debe completar dicha carga de trabajo asignada y debe entregar el trabajo en el momento que se lo indique el supervisor(a).
- Si por alguna situación en alguna de las viviendas seleccionadas es imposible realizar la entrevista, el encuestador(a) debe comunicárselo inmediatamente al supervisor(a) para que éste pueda determinar una solución adecuada.
- Si el supervisor detecta algún error o deficiencia en el llenado de los cuestionarios se lo hará saber en forma oportuna y pertinente al encuestador(a), para que éste pueda corregir y mejorar su trabajo.

6.1. Recepción y entrega de materiales

- El supervisor entregará los teléfonos o tabletas a cada encuestador(a) indicándole las entrevistas a realizar. También entregará al inicio de cada día de trabajo las tarjetas de apoyo y las hojas de información del estudio necesarias.

- Los cuestionarios no utilizados o incompletos, los instrumentos de trabajo (teléfonos o tabletas, tarjetas de apoyo y hojas de información del estudio) serán entregado al supervisor(a) respectivo **diariamente**, al final del trabajo de campo diario. Ningún encuestador(a) tiene permitido llevarse dichos materiales a su casa.
- Al finalizar absolutamente todo el trabajo de campo; es decir, al completar el total de encuestas requeridas para la muestra, los encuestadores(as) deben devolver a la institución todos los materiales entregados al inicio del estudio.
- Los materiales deben ser devueltos en buen estado.

7. PROHIBICIONES DEL(LA) ENCUESTADOR(A)

- 🚫 Es prohibido delegar o transferir las tareas y/o responsabilidades a otras personas. El trabajo del encuestador(a) es personal e intransferible.
- 🚫 Es prohibido hacerse acompañar durante el trabajo de campo por personas no relacionadas con el mismo, como por ejemplo, amigos, familiares, compañeros de estudio, etc.
- 🚫 Bajo ninguna circunstancia se debe sustituir la vivienda o la persona seleccionada dentro de la muestra, a menos que así se lo indique o autorice el supervisor(a).
- 🚫 Es prohibido realizar durante el trabajo de campo cualquier otro tipo de tareas o actividades que no estén relacionadas con el trabajo y funciones del encuestador(a).
- 🚫 No debe hacer comentarios negativos sobre las personas entrevistadas o su lugar de vivienda frente a la misma persona u otros residentes de la comunidad.
- 🚫 Es prohibido realizar preguntas que no están contenidas dentro del cuestionario utilizado para el estudio.
- 🚫 No debe omitir ninguna pregunta contenida en el formulario; así como tampoco se debe formular la pregunta en forma distinta a la que está plasmada. No intentar explicar la pregunta haciendo interpretaciones personales de la misma, pues el cambio de lenguaje puede alterar el significado de la misma.
- 🚫 No debe realizar la entrevista frente a otros miembros del hogar u otras personas.
- 🚫 No debe permitir que personas distintas a la entrevistada sugieran respuestas, y/o aprueben o desaprueben alguna opinión o información emitida por el entrevistado(a).
- 🚫 Nunca debe sugerir ningún tipo de respuesta, aún cuando la persona entrevistada muestre duda o deseos de no responder a la pregunta.

- 🚫 Es prohibido discutir con la persona entrevistada cualquier respuesta que le sea proporcionada. Tampoco debe discutir con el entrevistado(a) sobre los tópicos contenidos en el cuestionario o sobre temas políticos, religiosos u otros.
- 🚫 No debe comentar la información brindada con otros encuestadores(as) u otras personas, y menos aún en presencia de la persona entrevistada.
- 🚫 Nunca debe revelar la información brindada a otra persona distinta al supervisor. Dicha información es confidencial. Aquellos encuestadores(as) que sean encontrados comentando o revelando dicha información serán despedidos.
- 🚫 Es prohibido completar los cuestionarios o preguntas que hayan quedado sin contestar luego de finalizada la entrevista.
- 🚫 No debe hacer suposiciones sobre las respuestas que daría el entrevistado(a). Siempre debe leer las preguntas de forma clara y textual y esperar la respuesta de la persona informante.
- 🚫 Es prohibido ingerir bebidas alcohólicas y/o drogas durante el trabajo de recolección de la información o presentarse a sus labores de encuestador(a) bajo los efectos del alcohol o drogas.
- 🚫 No debe bajo ninguna circunstancia destruir o negarse a entregar los cuestionarios o el resto de materiales de trabajo. Recuerde que ello es propiedad de la institución que realiza el estudio.

8. INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS PARA EL CORRECTO LLENADO DE LOS CUESTIONARIOS DE LAPOP

Los cuestionarios elaborados y utilizados por LAPOP poseen una misma estructura y forma de llenado. A continuación se detallarán algunas advertencias generales con el propósito de facilitar la aplicación y el correcto registro de las respuestas dentro de los mismos.

- La anotación o el registro de las respuestas proporcionadas a cada una de las preguntas planteadas debe llevarse a cabo en el momento mismo de la entrevista. Un encuestador(a) no debe confiar en su memoria para pretender anotar las respuestas posteriormente de la entrevista.
- Completar la información de identificación del cuestionario: departamento o provincia, municipio, cantón, segmento censal, zona de residencia -urbana o rural-, fecha de la entrevista, hora de inicio, etc.
- Los cuestionarios impresos en papel siempre deben llenarse con letra clara, legible y sin hacer uso de ningún tipo de abreviaturas. Además, debe utilizarse un tamaño de letra adecuado para los espacios disponibles. También, debe de hacerse uso del lápiz o lapicero que ha sido proporcionado por la institución.

- Las preguntas deben ser formuladas tal y como están redactadas en el cuestionario. Así como también, deben leerse de forma clara y despacio, sobre todo aquellas que poseen una formulación más larga.
- Para algunas preguntas se ha considerado la opción “**No sabe**” o “**No responde**”, en **algunos casos se hace uso de** la nomenclatura “**NS o NR**”. Cuando exista esa posibilidad de respuesta en alguna pregunta, **NUNCA** se debe mencionar dicha alternativa aunque esté contenida dentro de un listado de respuestas que, de acuerdo a las instrucciones plasmadas en el cuestionario, deben ser leídas al entrevistado(a).

Las preguntas a las que el entrevistado responde con un “**no sé**”; es decir, que no posee una respuesta a dicha pregunta, son siempre codificadas con un **(888888)**. Pero cuando la persona entrevistada manifiesta que “No quiere responder determinada pregunta” se debe marcar **(988888)**. No se debe usar o marcar, en estos casos, otros códigos distintos a estos.

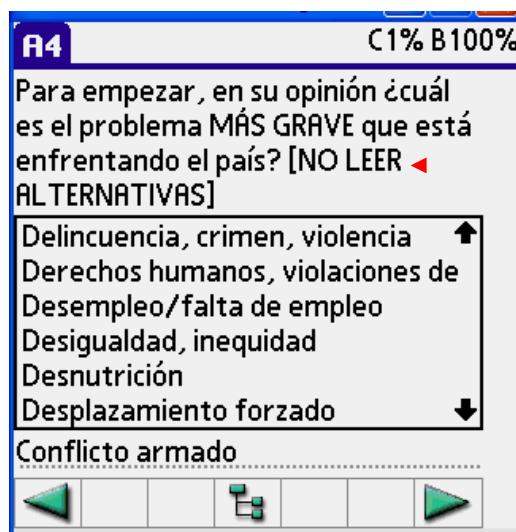
- En los cuestionarios se utilizan diferentes estilos de letra para diferenciar la pregunta de las instrucciones dirigidas al encuestador(a), en las cuales el entrevistador(a) debe poner mucha atención y cuidado. En los cuestionarios impresos, dichas instrucciones se encuentran en letra **resaltada o negrita** y entre corchetes. Por ejemplo, la siguiente figura muestra una indicación sobre lo que debe hacer el entrevistador(a) al ir leyendo cada una de las preguntas del bloque presentado.

Indicación para el encuestador

Voy a leerle una lista de grupos y organizaciones. Por favor, dígame si usted asiste a las reuniones de estas organizaciones: por lo menos una vez a la semana, una o dos veces al mes, una o dos veces al año, o nunca. **[Repetir “una vez a la semana,” “una o dos veces al mes,” “una o dos veces al año,” o “nunca” para ayudar al entrevistado]**

	Una vez a la semana	Una o dos veces al mes	Una o dos veces al año	Nunca	No sabe [NO LEER]	No responde [NO LEER]	Inaplicable [NO LEER]	
CP6. ¿Reuniones de alguna organización religiosa? Asiste...	1	2	3	4	888888	988888		
CP7. ¿Reuniones de una asociación de padres de familia de la escuela o colegio? Asiste...	1	2	3	4	888888	988888		
CP8. ¿Reuniones de un comité o junta de mejoras para la comunidad? Asiste...	1	2	3	4	888888	988888		
CP13. ¿Reuniones de un partido o movimiento político? Asiste...	1	2	3	4	888888	988888		
CP20. [SOLO A MUJERES] ¿Reuniones de asociaciones o grupos de mujeres o amas de casa? Asiste...	1	2	3	4	888888	988888	999999	

En la presentación de las preguntas en los dispositivos electrónicos, las instrucciones a los encuestadores(as) únicamente se encuentran entre corchetes, como se observa la figura de abajo.



Dichas instrucciones **NO** deben ser leídas al entrevistado(a), son únicamente para

- La mayoría de respuestas se encuentran precodificadas; es decir, que las alternativas de respuesta ya están especificadas para cada pregunta y poseen un código determinado; sin embargo, estas no deben ser leídas a la persona entrevistada, se debe esperar la respuesta espontánea. Únicamente deben leerse las opciones de respuesta cuando así lo indiquen las instrucciones contendidas en la pregunta, como en el caso que se muestra abajo.

LS3. Para comenzar, ¿en general, qué tan satisfecho(a) está con su vida? ¿Usted diría que se encuentra: **[Leer alternativas]**
(1) Muy satisfecho(a) (2) Algo satisfecho(a)
(3) Algo insatisfecho(a) (4) Muy insatisfecho(a)?
(888888) No sabe **[NO LEER]** (988888) No responde **[NO LEER]**

- Cuando las respuestas se encuentran precodificadas, en el caso de los cuestionarios en papel, se debe encerrar con un círculo el código de la respuesta correspondiente, de la siguiente forma:

PROT3. ¿En los últimos 12 meses ha participado en una manifestación o protesta pública? (1) Sí ha participado (2) No ha participado
(888888) No sabe **[NO LEER]** (988888) No responde **[NO LEER]**

Si la respuesta obtenida no se está contenida dentro del listado precodificado, deberá marcarse la alternativa de **otros, otras respuestas u otra razón**, cuando se presente esa alternativa.

Ahora, cambiando de tema...
FOR5N. En su opinión, ¿cuál de los siguientes países debería ser un modelo para el desarrollo futuro de nuestro país? **[Leer alternativas]**
(1) China (2) Japón
(3) India (4) Estados Unidos
(5) Singapur (6) Rusia
(7) Corea del Sur (10) **[Excluir en Brasil]** Brasil
(11) **[Excluir en Venezuela]** Venezuela, o (12) **[Excluir en México]** México
(13) **[NO LEER]** Ninguno/Debemos seguir nuestro propio modelo
(14) **[NO LEER]** Otro
(888888) No sabe **[NO LEER]** (988888) No responde **[NO LEER]**

En la mayoría de casos no se encuentra esta alternativa, pues ya están consideradas y precodificadas dentro del listado presentado todas las posibilidades de respuesta.

En el caso de estar utilizando cuestionarios electrónicos, se debe marcar la respuesta y aparecerá sombreada toda la respuesta de color oscuro, como se muestra abajo.

DEM13C C16% B100%

¿Significa algo más? Tercera respuesta: [NO LEER ALTERNATIVAS]

No dio un tercer significado
 Libertad (sin decir que tipo)
Libertad económica
 Libertad de expresión, de voto, d...
 Libertad de movimiento
 Libertad, falta de
 Ser independientes
 Bienestar, progreso económico,...

Libertad económica

O se marca el círculo que se encuentra a la par de la respuesta expresada por el entrevistado(a).

R3	C16% B100%
<p>Con qué frecuencia lee noticias en los periódicos...</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Todos los días <input type="radio"/> Una o dos veces por semana <input checked="" type="radio"/> Rara vez <input type="radio"/> Nunca <input type="radio"/> NS 	
	   

- Las indicaciones de pases o saltos deben ser respetados tal y como se indica en los cuestionarios impresos. Si los saltos de preguntas no son respetados generan incoherencias en la información contenida en el formulario, problemas en el

procesamiento de los datos y muchas veces incomodidad en la persona entrevistada, pues las preguntas planteadas generalmente no son aplicables a dicha persona y pueden parecer no coherentes en función del tipo de respuesta que emitió o que se está insistiendo en un tema que tal vez el individuo no quiera responder o ahondar.

Cuando la pregunta deba ser saltada, dentro de ella debe marcarse el código de “**inaplicable**” o “**INAP**”. Esta alternativa siempre está codificada con un **999999**.

En la figura de abajo se muestra una indicación de pase o salto y el código a marcar en la pregunta que sería saltada:

VIC1EXT. Ahora, cambiando el tema, ¿ha sido usted víctima de algún acto de delincuencia en los últimos 12 meses? Es decir, ¿ha sido usted víctima de un robo, hurto, agresión, fraude, chantaje, extorsión, amenazas o **algún otro tipo de acto delincuencial** en los últimos 12 meses?

(1) Sí **[Sigue]** (2) No **[Pasa a ARM2]**
 (888888) No sabe **[NO LEER]** **[Pasa a ARM2]**
 (988888) No responde **[NO LEER]** **[Pasa a ARM2]**

VIC1EXTA. ¿Cuántas veces ha sido usted víctima de un acto delincuencial en los últimos 12 meses?

[Marcar el número] **[VALOR MÁXIMO ACEPTADO: 20]**
 (888888) No sabe **[NO LEER]** (988888) No responde **[NO LEER]**
 (999999) Inaplicable **[NO LEER]**

ARM2. Si usted pudiera, ¿tendría un arma de fuego para su protección?

(1) Sí (2) No (888888) No sabe **[NO LEER]** (988888) No responde **[NO LEER]**

En los teléfonos o tabletas automáticamente el programa hará el pase o salto correspondiente de acuerdo a la respuesta marcada. El encuestador(a) sólo tiene que continuar con la pregunta siguiente que aparecerá en la pantalla.

- Cuando sea necesario el uso de escalas, estas deben ser bien explicadas a la persona seleccionada. Es necesario asegurarse de que la persona ha entendido el sentido de la misma y la ubicación de su posible respuesta dentro de ella. Para lo anterior se hace uso de “tarjetas de apoyo” (ver anexo 2).

Ahora, vamos a usar una escalera en donde el número 1 representa “muy en desacuerdo” y el número 7 representa “muy de acuerdo”. Un número entre el 1 y el 7, representa un puntaje intermedio.

1	2	3	4	5	6	7	888888	988888
Muy en desacuerdo						Muy de acuerdo	No sabe [NO LEER]	No responde [NO LEER]

ING4. Cambiando de nuevo el tema, puede que la democracia tenga problemas, pero es mejor que cualquier otra forma de gobierno. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esta frase?

EFF1. A los que gobiernan el país les interesa lo que piensa la gente como usted. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esta frase?

EFF2. Usted siente que entiende bien los asuntos políticos más importantes del país. ¿Hasta qué punto está de acuerdo o en desacuerdo con esta frase?

En algunos casos, el encuestador puede notar perfectamente cuando una persona entrevistada no ha entendido la escala que será utilizada. Por ejemplo, si al realizar la pregunta **LS6** que aparece en la figura anterior, el entrevistado responde “**la mejor vida posible**” y escoge el número “**0**” dentro de la escala presentada, resulta obvio que la

persona encuestada no posee claridad sobre el sentido de la escala; en estas ocasiones el entrevistador debe volver a detallar el sentido y uso de la misma.

Otra situación que puede presentarse al momento de hacer uso de “escalas”, es que cuando se utiliza una misma escala para una batería larga de preguntas, el entrevistado tiende a escoger **siempre el mismo número** dentro de la escala para responder a todas las preguntas de la batería. Cuando este sea el caso, se recomienda que el entrevistador, luego de cada tres preguntas, repita a la persona entrevistada el sentido de la escala y el rango de números entre los cuales puede ubicar su respuesta.

- Dentro del cuestionario de LAPOP existe una sección que recopila información sobre la posesión de ciertos artículos del hogar – la batería de preguntas utilizada para ello se muestra abajo -. Para el llenado de este apartado únicamente se requiere marcar la respuesta obtenida de la persona entrevistada, NO es necesario verificar la existencia o no de cada uno de estos artículos dentro del hogar.

Para finalizar, podría decirme si en su casa tienen: [Leer todos]

R3. Refrigerador (nunca)	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R4. Teléfono convencional/fijo/residencial (no celular)	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R4A. Teléfono celular (acepta smartphone/ teléfono inteligente)	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R5. Vehículo/ carro. ¿Cuántos? [Si no dice cuántos, marcar “uno”.]	(0) No	(1) Uno	(2) Dos	(3) Tres o más	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R6. Lavadora de ropa	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R7. Horno microondas	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R8. Motocicleta	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde
R12. Agua potable dentro de la vivienda	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R14. Cuarto de baño dentro de la casa	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R15. Computadora (acepta tableta/iPad)	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R18. Servicio de Internet desde su casa (incluyendo teléfono o tableta)	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R1. Televisión	(0) No [Pasa a FORMATO]			(1) Sí [Sigue]	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
R16. Televisor de pantalla plana	(0) No			(1) Sí	(888888) No sabe [NO LEER]	(988888) No responde [NO LEER]
						(999999) Inaplicable [NO LEER]

- Sin embargo, hay ocasiones en que el entrevistado manifiesta NO poseer un artículo determinado (por ejemplo, televisor), a pesar de que el entrevistador advierte la existencia de dicho bien dentro del hogar. Ante esta situación, el entrevistador debe preguntar a la persona entrevistada, en forma respetuosa, si dicho aparato pertenece al hogar y luego marcar la respuesta adecuada en el cuestionario.
- En los cuestionarios impresos en papel, no se debe escribir absolutamente nada en la columna que se encuentra en la parte derecha de los mismos. Esta columna es utilizada únicamente para efectos de codificación, lo cual se llevará a cabo en una etapa posterior.

<p>WWW1. Hablando de otras cosas, ¿qué tan frecuentemente usa usted el Internet? [Leer alternativas]</p> <p>(1) Diariamente (2) Algunas veces a la semana (3) Algunas veces al mes (4) Rara vez (5) Nunca (888888) No sabe [NO LEER]</p>	<p>(988888) No responde [NO LEER]</p> 
--	--

- Al terminar la entrevista verificar que todo el cuestionario esté completo. No olvidar verificar que los datos de identificación del cuestionario también estén completos.

Es imprescindible acatar las indicaciones presentadas anteriormente para agilizar el desarrollo de la entrevista, facilitar el procesamiento de la información cuando así se requiera y lograr realizar un registro confiable de la información proporcionada.

ANEXOS

ANEXO 1
Hoja de información del estudio

[Logo institución socio local aquí, si aplica]



VANDERBILT UNIVERSITY

Agosto, 2016

Estimado señor o señora:

Usted ha sido seleccionado/a al azar para participar en un estudio de opinión pública de [partner local]. El proyecto está financiado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional y Vanderbilt University.

La entrevista durará aproximadamente unos 45 minutos.

El objetivo del estudio es conocer la opinión de las personas acerca de la situación de [país]. Aunque no podemos ofrecerle ningún beneficio específico, planificamos poner a disposición de los medios de comunicación e investigadores los resultados generales del estudio.

Aunque usted ha sido elegido/a para participar, su participación en el estudio es voluntaria. Usted puede dejar preguntas sin responder o terminar la entrevista en cualquier momento. Las respuestas que usted proporcione se mantendrán confidenciales y anónimas. Por motivos de control de calidad, partes de esta entrevista podrían ser grabadas.

Si tiene preguntas respecto al estudio, puede comunicarse con [partner local] al teléfono [XXX-XXX-XXXX] con [Director del estudio] al correo [XXXXXX].

Dejaremos esta carta con usted, en caso usted desee revisarla.

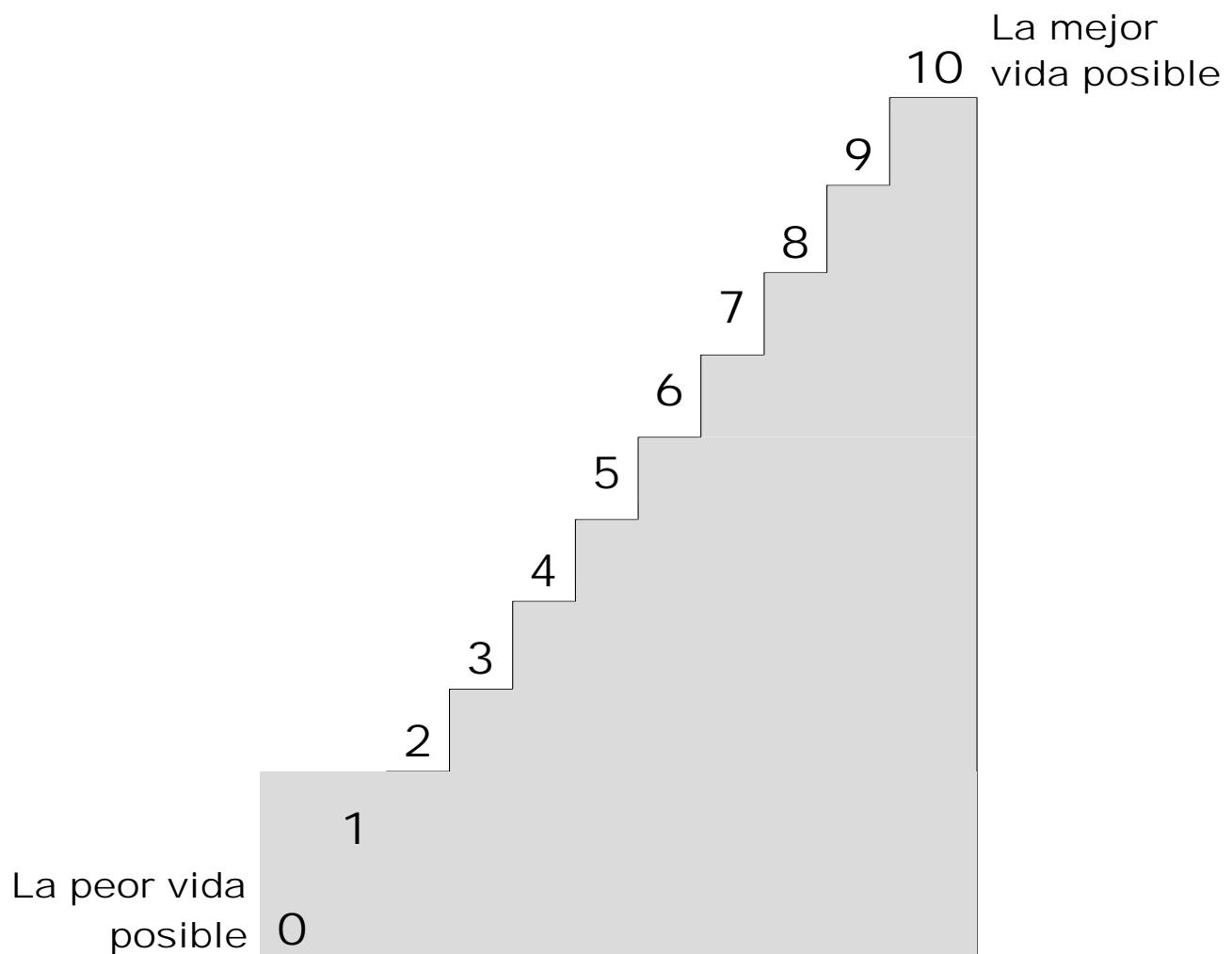
¿Desea participar?

Sitio web de LAPOP:
www.LapopSurveys.org

ANEXO 2
Tarjeta de apoyo

Tarjeta “A”

¿En qué escalón [grada] de la escalera se siente usted en estos momentos?



ANEXO 3
Paleta de colores

