

**Martes
26
de octubre**

3° de Secundaria Lengua Materna

Características de las encuestas

Aprendizaje esperado: *Analiza, interpreta y organiza los resultados de una encuesta en un informe.*

Énfasis: *Identificar las características de las encuestas.*

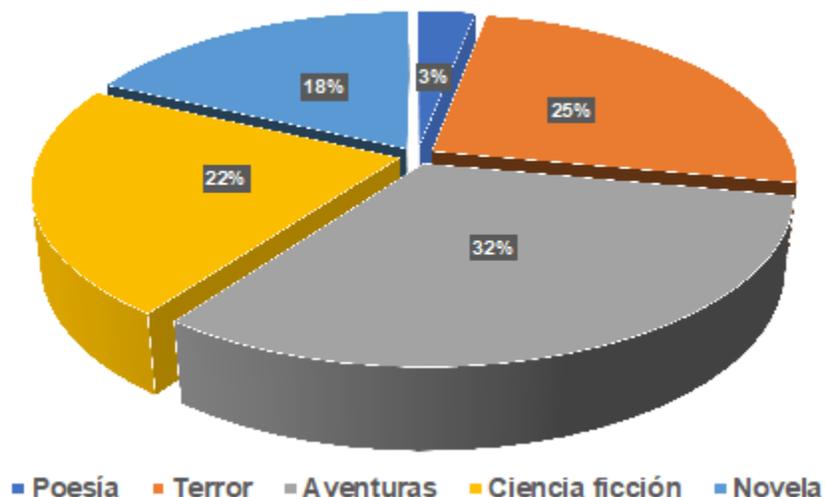
¿Qué vamos a aprender?

Te sugerimos que tengas un cuaderno y un bolígrafo o un lápiz para tomar notas de lo que consideres importante. No es necesario que escribas todo, mejor anota aquellas palabras clave que te ayuden a comprender lo expuesto. Recuerda también que tu libro de texto es una herramienta que apoyará todo tu proceso de aprendizaje.

¿Qué hacemos?

En una escuela secundaria se realizó hace algún tiempo una encuesta a los 100 alumnos de tercer grado para saber cuáles eran los libros que más les gustaba leer, y así poder comprar nuevos libros para la biblioteca. Los resultados son los que se muestran en el diagrama de sectores.

Libros que más se leen



Estas son las preguntas de las cuales se desprendió esta información:

1. ¿Cuántos alumnos prefieren los libros de terror?
2. ¿Qué porcentaje de alumnos prefieren los libros de ciencia ficción?
3. Los libros de aventuras gusta al _____ de alumnos.
4. _____ de alumnos lee libros de poesía.
5. Los libros menos leídos por los estudiantes son de _____.
6. La novela es el género que lee el _____ de estudiantes.

Revisa las respuestas:

1. ¿Cuántos alumnos prefieren los libros de terror? 25 alumnos
2. ¿Qué porcentaje de alumnos prefieren los libros de ciencia ficción? 22%
3. Los libros de aventuras gusta al 32% de alumnos.
4. 3% de alumnos lee libros de poesía.
5. Los libros menos leídos por los estudiantes son de poesía.
6. La novela es el género que lee el 18% de estudiantes.

Entonces, ¿cómo puedes saber cómo se hizo la encuesta a partir de estos resultados?

Según estos resultados, puedes inferir que al encuestador sólo le interesaba obtener información acerca de los géneros o subgéneros por los que se inclinaban los alumnos de la secundaria Torres Bodet, sin importar otro tipo de datos.

A partir de los datos que proporciona la gráfica, puedes conocer el gusto de los estudiantes lo suficiente como para adquirir libros para la biblioteca; sin embargo, no conoces cuáles fueron, y de qué tipo, las preguntas que se plantearon en los cuestionarios para el levantamiento de información.

No sabes qué preguntas se hicieron, pero sí sabes con certeza que se hicieron algunas. Es decir que se elaboró una encuesta para recabar la información. Reflexiona sobre lo siguiente:

¿Qué entiendes por la palabra “encuesta”? ¿Alguna vez has escuchado decir: me permitiría unos segundos de su tiempo para contestar la siguiente encuesta?
¿Cuáles crees que serán las características de una encuesta?

Quizás has escuchado o tienen una idea de lo que es una encuesta. Considera esa información y compárala con lo siguiente.

Las encuestas permiten conocer la opinión y el comportamiento de la población. Para ello, se determina una pregunta o una serie de preguntas que se aplican a varias personas para conocer tu opinión sobre un tema específico. ¿Por qué son importantes las encuestas en la sociedad?

Una encuesta es un estudio que se realiza a una población, ya sea en su totalidad, como el caso de los alumnos de tercer grado de la Secundaria Torres Bodet, o a un pequeño grupo que representa a toda la población, al que se le conoce como “muestra poblacional”. De hecho, es una técnica de investigación para obtener información estadística, y se usa ampliamente en varias disciplinas y áreas de estudio. Por ejemplo, en el ámbito de la mercadotecnia, su aplicación suele tener gran demanda entre los publicistas, que con frecuencia recurren a encuestas para averiguar, para diseñar o adecuar mejor una campaña publicitaria.

Es importante porque ayuda a recabar información sobre un tema y a tomar decisiones a partir del resultado obtenido.

Por ejemplo, si quieres saber por qué un negocio va mal o un producto no se vende, se realiza una encuesta a un grupo de personas para conocer su punto de vista, y a partir de la información que proporcionen, plantear estrategias que ayuden a mejorarlo.

¿Y cómo se hacen esas encuestas? ¿Cómo se le pregunta a la gente?

En ocasiones, la población muestra, es decir, la que será interrogada, puede ser elegida al azar, o puede elegirse tomando en cuenta ciertos criterios, como su pertenencia a un grupo, a cierta región, incluso su conocimiento acerca de algunos temas particulares.

Como dije, las encuestas son una herramienta que se utiliza para casi todas las áreas del conocimiento, por lo que se llevan a cabo constantemente y utilizan procedimientos estandarizados, esto quiere decir que llevan normas, modelos o patrones que deben de seguir con el fin de que los resultados que se obtengan sean confiables y fáciles de contar.

Tal vez habrás visto dentro de un supermercado, en un parque o en la calle, a una persona aplicando encuestas con el fin de saber lo que opinan o piensan las personas sobre un producto o sobre algún tema en particular.

Sumadas a las encuestas que se llevan a cabo de manera presencial, o través de otros medios, como el teléfono, actualmente se han popularizado algunas que se llevan a cabo por Internet.

Ahora que ya tienes una idea de cómo se llevan a cabo y qué son las encuestas, ¿conoces cuáles son sus características? Si respondiste que no, no te preocupes.

Entre las características principales de las encuestas, puedes mencionar las siguientes:

- Focalización de un tema

Para realizar una encuesta se necesita primero saber de qué tema se quiere hablar y qué se quiere saber sobre él. Los temas son diversos: puede hablarse de un producto o un servicio hasta enfocarse en política, educación, cine, deportes. Se pueden realizar encuestas sobre cualquier asunto.

Una vez focalizado el tema, es necesario centrar las preguntas en él y evitar las preguntas no pertinentes al tema. Si se están haciendo preguntas sobre el servicio, se debe evitar plantear preguntas sobre otros temas, ya que esto dará información innecesaria y se corre peligro de perder la atención del encuestado.

Observa el siguiente ejemplo.

Investigación de mercado para medir el grado de posicionamiento de los supermercados:

Nombre: _____

Edad: _____ Sexo: _____

1. Realiza usted la compra de los productos de su canasta familiar en:

Mercado _____

Supermercado _____

2. ¿En qué supermercado habitualmente realiza sus compras?
3. ¿Cuál de los supermercados ofrece mejores ofertas?
4. Si en algún momento uno de estos supermercados presenta una promoción, ¿usted acude a realizar sus compras?

5. ¿Cuál de los supermercados es más asequible a la ubicación de su vivienda?
6. ¿Cuál de los supermercados cree usted que ofrece mejor servicio al cliente?
7. Al momento de realizar sus compras de la canasta familiar, ¿qué es lo que primero toma en cuenta dentro del supermercado?

Ahora que acabas de leer la encuesta, ¿te diste cuenta de que no se ofrecen opciones de respuestas?

Estas preguntas se clasifican como preguntas abiertas; recuerda el término porque más adelante analizarás esta característica.

¿Crees que las preguntas son pertinentes al tema?, ¿cuál es el tema de la encuesta?, ¿cuál es el propósito de la encuesta?

Efectivamente, la encuesta que revisaste hace preguntas en torno al tema de los supermercados. Si se fijan, todas las interrogantes son claras y encaminadas hacia el tema sobre el cual se desea saber.

El propósito de esta encuesta es recabar información sobre los diversos supermercados, para poder así adecuar los servicios y las ofertas a los intereses de los clientes.

Otra característica es:

- Preguntas

Las encuestas están conformadas por una serie de preguntas dirigidas a un grupo específico de personas; estas preguntas pueden ser abiertas o cerradas, y las cerradas se dividen en dicotómicas y de abanico, las que conoces como de opción múltiple.

Existen encuestas que sólo utilizan un tipo de preguntas, sólo abiertas o sólo cerradas, y hay otras mixtas, que usan ambos tipos de preguntas.

-Preguntas abiertas

Éstas permiten al encuestado responder de manera libre. Por ejemplo, cuando preguntan:

- ¿Qué opina sobre la tala de árboles?
- ¿Considera relevante el uso del celular? ¿Por qué?

Este tipo de preguntas permite que la persona que conteste se exprese libremente, dando a conocer todo lo que piensa sin ninguna restricción.

-Preguntas cerradas

En el caso de las dicotómicas o cerradas, admiten sólo una respuesta afirmativa o negativa (sí o no), o una elección entre dos categorías (mexicano o extranjero; rojo o amarillo, etcétera).

Observa el siguiente ejemplo:

Seguridad industrial

Sexo: _____

Edad: _____ Puesto: _____

Tiempo laborando en la empresa: _____ Departamento: _____

1. ¿La empresa constantemente les recuerda las normas de seguridad?

Sí No

2. ¿Existen diferentes tipos de seguridad en las áreas de trabajo?

Sí No

3. ¿La empresa imparte constantemente capacitación de seguridad?

Sí No

4. ¿La información que les brindan es suficiente?

Sí No

5. ¿Se revisa que los trabajadores porten el equipo de seguridad adecuado?

Sí No

¿Te diste cuenta de cómo eran las respuestas? Sólo permitían responder con dos palabras: *sí* o *no*. La persona encuestada sólo tendría que marcar una de ellas.

¿De qué trataba la encuesta? Al inicio de la encuesta se encontraba el título: "Seguridad industrial". Todas las preguntas seguían un orden y estaban planteadas de acuerdo con este título.

En el caso de las preguntas de abanico o de opción múltiple, hay más de una opción.

Para ejemplificar las encuestas con respuestas de opción múltiple, te mostraré el ejemplo de una encuesta para buscar información que permitió presentar conclusiones generales acerca de la influencia de los anuncios en las costumbres de consumo por parte de los jóvenes. Estas respuestas después se utilizaron para diseñar una campaña publicitaria.

Observa:

Encuesta juvenil

1. ¿Te gustan los accesorios?

A) Sí B) No

2. ¿Qué tipo de accesorios?

A) Aretes B) Collares C) Anillos D) Pulseras

3. ¿Con qué frecuencia los utilizas?

A) Rara vez B) En ocasiones C) Siempre

4. ¿De qué material te gustan?

A) Plata B) Oro C) Fantasía

5. ¿Qué tipo de pulseras te gustan?

A) De perlas B) Con mucho brillo C) Con muchos colores

6. ¿Qué colores te gustan más?

A) Rojo B) Negro C) Azul D) Otro (especifique)

En el ejemplo anterior se ofrecen una serie de respuestas, y lo único que tiene que hacer quien recibe la encuesta es subrayar la que mejor refleje su opinión.

Según lo que has aprendido, las principales características de las encuestas de opinión son:

- Adquieren información preguntando lo mismo a sectores de personas o grupos de población a través de cuestionarios estandarizados.
- Aplican cuestionarios colectivos para que resulte más sencillo contabilizar los resultados y que las respuestas sean representativas de la población que es objeto del estudio.
- Incluir preguntas claras y precisas para que sean fáciles de entender por el encuestado, evitando palabras técnicas u oraciones complejas.
- En algunos casos se promueve la confidencialidad, en otros solicitan algunos datos como el nombre, la edad y el género.

A manera de resumen, puedes decir que la encuesta es una técnica desarrollada con fines de investigación para conocer las opiniones de la gente.

Se mencionaba a las encuestas que se hacen en persona o las que se hacen por teléfono, y más recientemente, por Internet, pero ¿existen otros medios para recabar la información de las encuestas?

Se agregarían las encuestas por correo, que se envían al encuestado para que las responda y las devuelva.

Ahora que sabes más sobre las características que tienen las encuestas y los medios por los que se realizan, te sugerimos que analices el siguiente ejemplo. Puedes ir respondiendo a cada una de las interrogantes, sin necesidad de escribirlas en tu cuaderno.

Encuesta de aparatos móviles

Edad: _____ Sexo: _____

Instrucciones: subraya la respuesta, te pedimos ser lo más honesto posible.

1. ¿Cuál de los siguientes aparatos posees?

- A) Celular
- B) Computadora
- C) Tableta
- D) Otro (por favor, especifica)

2. ¿Cuál de los siguientes aparatos utilizas más para conectarte a Internet?

- A) Celular
- B) Computadora
- C) Tableta
- D) Otro (por favor, especifica)

3. ¿Cuál de los siguientes aparatos prefieres utilizar para comunicarte con tus amigos, familiares, etcétera?

- A) Celular
- B) Computadora
- C) Tableta
- D) Otro (por favor, especifica)

4. ¿Cuál es tu marca favorita de celular y por qué?

5. ¿Cuántas horas al día utilizas el celular?

- A) Menos de una hora.
- B) De 1 a 2 horas.
- C) De 3 a 4 horas.
- D) Más de 5 horas.

Cuando se ha definido y establecido tanto el objetivo general como los objetivos específicos de una encuesta, el diseño de las preguntas se realiza en función del tema y destinatario, para de esta manera asegurar que se obtenga la información que se desea.

A partir del análisis y respuestas que se dieron en la encuesta anterior, contesta las siguientes preguntas:

1. ¿La encuesta presenta todas las características que se analizaron anteriormente?
2. ¿Qué tipo de preguntas se utilizaron?
3. ¿Cuál fue la temática abordada en la encuesta?
4. ¿Crees que hubo un desfase en las preguntas? ¿Por qué?

Efectivamente, la encuesta cumplió con las características que analizaste. Se enfocó en aparatos móviles, como la computadora, la tableta y el celular, aunque hizo hincapié en este último.

Por otra parte, cinco de las preguntas fueron de abanico o de opción múltiple, una abierta y una pregunta de respuesta cerrada. Si no pudiste identificarlas, la pregunta de respuesta abierta fue la número 4, ¿Cuál es tu marca favorita de celular y por qué?

Y la pregunta de respuesta cerrada o dicotómica fue la número 6, ¿Se ajustan tus aparatos a tu estilo de vida?

No hubo un desfase en las preguntas, aunque faltan otras preguntas para poder recabar más información sobre el tema.

Pero, ¿cuál es el proceso para diseñar y aplicar una encuesta? La elaboración de una encuesta se divide en tres fases:

1. Diseño. Primero se especifican los propósitos de la encuesta, así como la clase de información que se quiere conseguir. En esta fase también se delimita a qué población se desea aplicar y la cantidad de personas que formará parte de la muestra. En esta etapa también se define el tipo de cuestionario y de preguntas que se usarán.

2. Recolección de datos. Es la fase de la aplicación de la encuesta al grupo o población seleccionada.

3. Análisis y sistematización de la información. Se analizan y procesan los datos para obtener conclusiones que se difundirán mediante informes. A manera de síntesis,

una encuesta es una recolección de datos que se obtienen mediante consulta, y que tiene como finalidad conocer cuál es la opinión de las personas acerca de algún tema, o bien contar con mayor información respecto de un hecho o suceso. En este sentido, una encuesta generalmente forma parte de las herramientas o métodos que se utilizan en una investigación.

Recuerda que esta sesión fue para que identificaras las características que tienen las encuestas. ¿Recuerdas cuáles son?

- Recaban información sobre la opinión pública.
- Manejan una temática definida.
- Utilizan una serie de preguntas que pueden ser cerradas o abiertas.
- Están compuestas por preguntas fáciles de entender.

Las encuestas permiten hacer preguntas a un amplio número de personas sobre sus preferencias, costumbres, conocimientos o actitudes ante un tema específico; por ejemplo, acerca de sus hábitos o preferencias de consumo, y con base en lo que se quiera saber, se define su contenido, a qué sector de la población serán dirigidas y con qué preguntas.

Una vez que se tienen los datos, éstos se analizan y se plantean las conclusiones sobre la influencia de la publicidad en la población objeto.

Por último, se comparten las conclusiones mediante un informe, el cual puede ser publicado en la gaceta escolar, un blog, el periódico mural, un cartel o una conferencia, por ejemplo.

El Reto de Hoy:

Con la ayuda de algún familiar realiza una encuesta sobre algún tema de tu interés y tomando en cuenta las características que se analizaron en esta sesión; para ello, puedes consultar tu libro de Lengua Materna III, y revisar el aprendizaje esperado.

¡Buen trabajo!

Gracias por tu esfuerzo.

Para saber más:

<https://www.conaliteg.sep.gob.mx/>