

**Viernes
05
de noviembre**

**3° de Secundaria
Lengua Materna**

*Características del informe de
resultados*

Aprendizaje esperado: *Describe el impacto de los anuncios publicitarios en la sociedad mediante un texto.*

Énfasis: *Identificar características de los informes de resultados.*

Qué vamos a aprender?

Procura tomar notas de lo que consideres más importante. Escribe palabras clave con la finalidad de elaborar un organizador gráfico. También puedes hacer una lista de ideas principales. Recuerda que no se trata de escribir todo.

Para entrar en materia, recuerda que el aprendizaje esperado menciona el impacto de los anuncios publicitarios. La publicidad no sólo es útil para anunciar productos o servicios, sino que, según algunos textos, “es una herramienta educativa”. Y educativa no sólo en el sentido académico, sino también en un sentido social, debido a la capacidad que tiene de influir en una gran parte de la población.

Para el trabajo de esta sesión, será importante recordar los análisis que has hecho sobre los anuncios publicitarios, así como el hecho de que se diseñan a partir de encuestas para medir su impacto en una población determinada. Estos conocimientos te serán útiles para elaborar un informe de resultados.

¿Qué hacemos?

Conocerás un par de ejemplos de informe de resultados para identificar sus características.

El primer ejemplo es el informe de resultados de una encuesta publicado en la página de la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) del país y se titula: "Sondeo en línea sobre el día del niño". "Sondeo" es sinónimo de "encuesta", por lo que el título se puede entender como "Encuesta en línea sobre el día del niño".

Si te es posible consúltalo en la página:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/555870/Sondeo_en_linea_sobre_el_Dia_del_Nino.pdf.

Después del título, aparece una sección o subtítulo llamado "metodología".

En el caso del informe de encuesta, se trata de mencionar los aspectos que fueron considerados al momento de diseñar y aplicar la encuesta.

La metodología consta de objetivo, población objetivo (es decir, el destinatario de la encuesta), periodo de levantamiento (que corresponde a las fechas en que se aplicó la encuesta) y la población encuestada (que se refiere al número de encuestados en el periodo de aplicación).

El objetivo es muy importante porque es el aspecto que guía el trabajo de investigación. Se plantea desde que seleccionas el anuncio y diseñas la encuesta y se mantiene a lo largo de toda la investigación. Por eso, la mayoría de las veces el título del informe de resultados se basa en su objetivo.

En este caso, el título "Sondeo en línea sobre el día del niño" permite inferir que se hizo una encuesta a través de Internet para obtener información sobre la manera en que las personas festejan el día del niño en México.

Después dice: "Población objetivo: Personas que visitan el sitio de Profeco en Internet y se interesan en contestar el cuestionario en línea.

Periodo de levantamiento: Del 14 al 30 de abril.

Población encuestada: 106 personas contestaron el cuestionario durante el periodo de vigencia en línea."

Tanto la población objetivo como el periodo de levantamiento son dos aspectos del diseño de la encuesta que se retoman en el informe porque son fundamentales para el análisis e interpretación de los datos obtenidos a través de la encuesta.

Finalmente se menciona el número de encuestados. Este dato también es muy importante porque es el punto de referencia que se va a considerar para la comprensión de los porcentajes y gráficas que se presentarán en el informe más adelante.

Después de la metodología, se colocan los datos obtenidos en gráficas por cada pregunta para que la información sea más comprensible y se pueda comparar fácilmente. Las gráficas pueden ser de barras o de pastel y muestran porcentajes.

La primera pregunta de la encuesta: "¿Usted festeja y/o da regalos con motivo del Día del Niño/a...?". Enseguida, entre paréntesis, se coloca la población encuestada y luego una gráfica de barras que muestra las respuestas de los encuestados.

Dice que 56.6% de los encuestados siempre festeja y/o da regalos con motivo del Día del Niño, mientras que 38.7% a veces lo festeja y/o da regalos, y que 4.7% de los encuestados nunca festeja y/o da regalos con motivo del Día del Niño.

Esto quiere decir que un poco más de la mitad de los 106 encuestados siempre festeja o da regalos en el Día del Niño y que alrededor de 4-5 personas nunca festejan ni dan regalos con motivo del Día del Niño.

Una vez que se han presentado todas las preguntas de la encuesta con sus resultados a través de gráficas, se presentan los datos sociodemográficos, ¿recuerdas cuáles son? Son los datos que caracterizan a la población en la que aplicas la encuesta, como la edad, el sexo, el nivel de estudios o la localidad.

Algunos de estos datos se presentan por medio de gráficas circulares o de pastel y también incluyen los porcentajes de acuerdo con el número de encuestados.

A partir del informe que has analizado, ¿recuerda cuáles son las partes que se presentan?

- a) Gráficas, tablas, metodología
- b) Conclusiones, objetivo, datos sociodemográficos.
- c) Título, metodología, introducción.
- d) Título, metodología, datos sociodemográficos.

La respuesta es la opción d: título, metodología y datos sociodemográficos.

Esas son las partes evidentes, pero como lo observaste en el apartado de metodología, así como en el de datos sociodemográficos, en estos apartados se inscriben otros elementos propios de los informes.

Observa ahora el segundo ejemplo de informe de resultados.

Este informe es un texto escrito en párrafos que comienza con el título: “Informe de la encuesta ‘Influencia de los mensajes comerciales en los adolescentes’”.

Luego, coloca un primer apartado o subtítulo llamado “Presentación” y debajo aparece el párrafo que dice:

“Actualmente la publicidad invade nuestras vidas con la intención de vender todo tipo de productos, sean o no necesarios. Pero los mensajes no sólo influyen en el consumo de bienes y servicios, sino también en los valores y costumbres. Para conocer y tomar conciencia de los efectos de la publicidad, se elaboró una encuesta sobre el consumo de papas fritas en los adolescentes.”

Cómo pudiste darte cuenta, en la presentación, el autor da información que le permite al lector enterarse del tema de manera general. Aquí incluye la justificación y el objetivo de la realización de la encuesta.

Si tomas en cuenta el título y la información de la presentación, puedes inferir que el objetivo de la encuesta es conocer el impacto de los anuncios de papas fritas en los adolescentes.

En el siguiente apartado titulado “Descripción del cuestionario”, lee:

“Preparamos un cuestionario en el que incluimos, en primer lugar, los datos del encuestado que consideramos necesarios para establecer resultados: sexo y edad. Decidimos plantear sólo doce preguntas para no cansar a los encuestados. Los tipos de preguntas que incluimos fueron: dos abiertas, cinco cerradas y cinco de opción múltiple para facilitar tanto las respuestas como la organización de los datos obtenidos.”

Resalta la información sociodemográfica y describe el tipo de preguntas que se formularon en el cuestionario de la encuesta, así como el número de preguntas que se incluyeron en él.

El siguiente apartado: “Presentación de los datos obtenidos” dice:

“Para analizar la información que obtuvimos, primero organizamos los datos en tablas. Valoramos los porcentajes de las respuestas y con base en ellos sacamos una primera conclusión. Para hacer más visuales los resultados, también elaboramos gráficas de barras.”

Observa que aquí describe la manera en la que los datos fueron analizados, pero no está presentando ninguno. Esto constituye una gran diferencia con el ejemplo anterior, ya que en el “Sondeo en línea sobre el Día del Niño” sí se presentaron las gráficas de cada pregunta.

El último apartado que conforma este informe de resultados es el de las conclusiones y dice:

“Los mensajes publicitarios de papas Sabrositas influyen considerablemente en los adolescentes, esto lo pudimos comprobar en la pregunta 3, con el alto porcentaje de respuestas en las que se menciona que eligen el producto por la marca y en la respuesta de la pregunta 6, en la que escribieron lo que dice el comercial. Lo anterior indica que los recursos visuales y lingüísticos del mensaje publicitario influyen de manera considerable.

Lo anterior representa un probable peligro, porque los consumidores adolescentes no leen los valores nutricionales del producto, incrementando así los riesgos de desarrollar obesidad.”

Aquí puedes notar otra diferencia con el primer ejemplo, ya que en él no se presenta de manera explícita ninguna conclusión, mientras que, en este ejemplo, aunque no presenta los datos, sí nos da una conclusión basada en los resultados obtenidos.

Ahora que ya has visto dos ejemplos de informe de resultados, es momento de identificar sus características.

Si has ido tomando notas, revísalas y complementenlas con la información que conocerás a continuación:

Las características del informe de resultados, en cuanto a su estructura, son:

- Título: recuerda que debe reflejar el objetivo de la encuesta.
- Presentación: debe incluir en ella información que le permita al lector introducirse al tema. También debe incluir el objetivo y la justificación de la encuesta, es decir, ¿por qué realizaron la encuesta?, ¿qué querías saber?
- Descripción del cuestionario: en este apartado deberás describir, de forma clara y concisa, el procedimiento que llevaste a cabo para recolectar la información.
- Presentación de los datos: ésta es la parte más importante de tu informe porque aquí presentarás tu análisis de los resultados de la encuesta. También se conoce como “cuerpo o desarrollo del informe”.

No es necesario que presentes todas las preguntas; sin embargo, debes seleccionar cuidadosamente aquéllas que formarán parte del informe, ya que esta información va a respaldar las afirmaciones que expongas en el apartado de conclusiones.

Es importante también que incluyas las gráficas de los datos sociodemográficos de la población encuestada, sobre todo si notaste alguna influencia marcada por el género o la edad.

- Conclusiones: Aunque sólo consideres algunas preguntas en el informe, éstas deben ser las necesarias y suficientes para apoyar y demostrar tus conclusiones.

En otras palabras, en las conclusiones expondrás la interpretación objetiva de las gráficas y porcentajes de las preguntas que presentaste en el cuerpo o desarrollo del informe.

Existen otras características del informe de encuesta que debes considerar y que tienen que ver con la redacción, es decir, con la manera en la que se escriben las ideas en el informe.

A estas características les puedes llamar “propiedades del texto” y son:

- Claridad
- Objetividad
- Brevedad

Para que tu texto sea “claro” o tenga “claridad” debes ordenar tus ideas. Seguir la estructura del informe te ayudará, pero también, dentro de cada apartado, plantea una idea principal para cada párrafo y desarróllala con ideas secundarias o complementarias.

Puedes analizar una pregunta de la encuesta por cada párrafo, por ejemplo:

- Cuida de no repetir la información y usa un lenguaje formal, pero evita tecnicismos o palabras especializadas. Consulta un diccionario de sinónimos para las repeticiones innecesarias.
- Verifica que las oraciones tengan concordancia entre el sujeto, el verbo y el predicado y el uso adecuado de los signos de puntuación.

La objetividad es una propiedad del texto que se consigue redactando las oraciones en primera persona del plural (en el caso de un trabajo colectivo) o el impersonal “se”. Por ejemplo: “Se encontró que poco más de la mitad de los encuestados festejan el Día del Niño”.

También evita colocar opiniones personales o expresiones que reflejen tu punto de vista o el de alguien más a título personal. Recuerda que la finalidad del informe de la encuesta es presentar datos, no opiniones ni valoraciones.

De esta manera, no sería correcto escribir en un informe de encuesta oraciones como “La mayoría de los encuestados están conectados con su niño interior porque siempre festejan el Día del Niño”, ya que esta oración es subjetiva, es decir, expresa una opinión y valoración personal.

Lo correcto sería escribir: “La mayoría de los encuestados manifestó que siempre festeja el Día del Niño”, siempre y cuando “La mayoría” sea más de 50% de los encuestados.

Por último, la brevedad del informe de encuesta se logra al no hacer repeticiones innecesarias. Para ello:

No escribas la interpretación de las gráficas en la presentación de los datos y en las conclusiones. Decide en dónde pondrás la interpretación para no repetir la información.

Selecciona las preguntas más relevantes o representativas de la encuesta para presentarlas en el informe.

Realiza juntos el siguiente ejercicio para que aprendas, paso a paso, cómo se estructura el informe de resultados.

Supón que realizas esta encuesta en un grupo de tercer grado. El objetivo es “Conocer la forma en la que influyen los mensajes publicitarios en la elección de un producto o servicio”.

Al realizar el análisis de resultados, obtuviste estas gráficas de barras y seleccionaste dos preguntas. La primera es: “¿Por qué lo compras?” y la segunda es: “¿Cómo conociste el producto?”.

Observa que la población se conforma por estudiantes de tercer grado, en total fueron 20 encuestados y que las preguntas fueron formuladas para productos o servicios de tres categorías: “Alimentos y bebidas”, “Higiene personal” y “Entretenimiento”.

Pero, ¿qué puedes interpretar a partir de estos resultados? es decir, ¿cómo vas a redactar tu informe de resultados a partir de estos datos que ya tienes?

Recuerda que lo primero que debes escribir es el título. En este caso será “Sondeo sobre los hábitos de consumo en la vida cotidiana”, ya que el objetivo es “Conocer la forma en la que influyen los mensajes publicitarios en la elección de un producto o servicio”, y que los productos seleccionados para la encuesta están agrupados en categorías que indican su consumo en la vida cotidiana.

Lo siguiente es escribir la presentación, no olvides que debe ser breve y dar información que facilite el interés en el tema por parte del lector. Para el ejercicio escribe:

“En la actualidad, es inevitable consumir productos en nuestra vida cotidiana, por eso es necesario observar cómo los anuncios publicitarios influyen en nuestros hábitos de consumo. Esa inquietud motivó esta encuesta.”

Luego sigue la descripción del cuestionario, la cual también debe ser clara y concisa, por lo que escribes:

“El cuestionario no incluye los datos del encuestado, referentes a su edad, ya que se aplicó a un grupo de tercer grado donde las edades oscilan entre los 14 y 15 años de edad, sólo incluye el sexo del entrevistado.

Todas las preguntas son de opción múltiple para facilitar la respuesta del encuestado. En total se entrevistó a 20 alumnos para conocer cómo influyen en ellos los anuncios publicitarios al momento de elegir un producto o servicio.”

Después sigue la presentación de los datos que se obtuvieron, ¿recuerdas que esta es la parte más importante del informe de resultados?

Puedes comenzar describiendo el proceso que seguiste para el análisis de los resultados, por ejemplo:

“Los resultados obtenidos fueron analizados a través de tablas de frecuencia, las cuales permitieron traducir los datos a porcentajes y elaborar gráficas de barras que hicieron más visuales los resultados.”

Luego, las preguntas que seleccionaste como las más relevantes. En este caso, elegiste dos. Te sugiero que escribas una oración que describa brevemente lo que vas a exponer y enseguida las preguntas elegidas.

También se te propone incluir una conclusión preliminar de los resultados, con la finalidad de apoyar la lectura e interpretación de los recursos gráficos.

Para la siguiente pregunta: “¿Por qué lo compras?”, puedes escribir:

“Observamos que la mayoría de los encuestados compran alimentos y bebidas por gusto, al igual que los productos de entretenimiento.”

Para la pregunta: “¿Cómo conociste el producto?”, el siguiente texto puede ser una opción:

“La mayoría de los encuestados conoció los productos de alimentos que consume por los anuncios de TV, mientras que los productos de higiene personal los conoció en un anuncio de revista.”

Finalmente, las conclusiones. Éstas pueden ser un poco más extensas, ya que en este apartado debes escribir tus reflexiones a partir del análisis de los resultados. Puedes apoyarte de las conclusiones preliminares.

Observa las siguientes sugerencias para el ejercicio que has estado realizando. Una opción es exponer los resultados de acuerdo con las categorías establecidas para clasificar los productos como aparecen en la encuesta, por ejemplo:

“De los datos obtenidos, 100% de los encuestados compra productos o servicios de ‘entretenimiento’ porque les gustan. Más de 75% conoció esos productos o servicios a través de un anuncio, sólo cerca de 25% los conoció por recomendación de otra persona.”

“En cuanto a los productos de ‘alimentos y bebidas’, 80% de los encuestados compra los productos porque les gustan, 20% restante los compra por la marca. También observaste que 75% de los encuestados conocen los productos que consumen por anuncios publicitarios.”

Para ordenar tus conclusiones, escríbelas en el orden en que presentaste las preguntas en el apartado “Presentación de los datos obtenidos”. Inicia con la respuesta de frecuencia alta y compárala con la de menor frecuencia; analiza de forma general las incidencias intermedias.

Observa el ejemplo:

“Los encuestados coinciden en porcentajes similares con respecto a los motivos por los que compran productos de higiene personal, destacando ‘porque les gusta’, por la marca y por el precio. Los medios principales por los que se enteran de estos productos son por recomendación, por anuncios en revistas y, en menor medida, por anuncios en TV.”

Finalmente, compara los resultados comunes entre preguntas y escribe sus interpretaciones, por ejemplo:

“Cabe mencionar que los anuncios publicitarios visuales tienen gran influencia en el conocimiento de los encuestados, sobre los productos de alimentos y bebidas, de higiene personal y de entretenimiento. En algunos casos es tal influencia que eligen el producto por la marca, esto sucede principalmente con los productos de higiene personal.”

Ahora ya has elaborado un informe de resultados.

Lee la siguiente información adicional sobre las características y función del informe de resultados:

La finalidad de realizar una encuesta es concentrar información para analizarla y obtener conclusiones a partir de la interpretación de los datos. Para dar a conocer el análisis y conclusiones se elabora un informe de resultados.

Un informe de resultados es un documento que se elabora para dar a conocer la manera como se hizo un trabajo, una investigación, un sondeo o una encuesta y los datos que se obtuvieron durante su realización.

En el informe se presentan conclusiones; esto es, afirmaciones categóricas, claras y breves, derivadas del análisis de los datos obtenidos. Las conclusiones se pueden presentar como una lista de oraciones con viñetas [...] o como un texto a renglón seguido.

Recuerda que el informe de resultados es un texto objetivo, pues su finalidad es informar, por lo que no debe contener opiniones personales o juicios de valor.

Cuida que todas tus conclusiones se basen únicamente en la interpretación de las gráficas.

El Reto de Hoy:

Diseña una encuesta sobre algún tema de tu interés o sobre algún anuncio publicitario que llame tu atención.

Aplicala a tu familia de manera presencial o en línea a tus amigos o compañeros de escuela.

A partir de los resultados que obtengas, escribe tu informe y compártelo con tu familia.

¡Buen trabajo!

Gracias por tu esfuerzo.

Para saber más:

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