

# METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE DISEÑO Y REALIZACIÓN DE ENCUESTAS EN EL AREA RURAL

Gonzalo Montes

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las encuestas están siendo empleadas en estudios relacionados a una serie de problemáticas en el contexto del área urbana. En el área rural su aplicación es escasa, debido a que se presenta una serie de limitantes durante su aplicación (idioma, analfabetismo, idiosincrasia, etc.). Si se presenta este caso en la aplicación de la encuesta, en cierta medida se desviará y se distorsionará la información, alejándola de la realidad. Estas limitantes hacen que exista una diferencia entre la realidad y los resultados de determinada investigación, y en consecuencia las encuestas se vuelven poco confiables y poco utilizadas en investigaciones rurales.

Este problema no solamente se da en nuestro país, sino que se presenta en casi todos los países donde existen comunidades campesinas. De ahí la escasa existencia de libros u otros documentos que estén relacionados a la metodología y técnicas en la aplicación de encuestas en comunidades rurales.

El presente documento intenta mostrar brevemente cómo se podría diseñar y aplicar confiablemente las encuestas en el área rural, tomando en cuenta sus limitantes, para así no crear grandes sesgos en nuestra investigación. El documento no toca aspectos como la codificación de variables para su inserción en programas estadísticos en computadora.

## LAS ENCUESTAS<sup>1</sup>

Existen varias definiciones al respecto, abstrayendo algunas importantes podemos decir que la encuesta consiste en la obtención de datos de interés sociológico mediante la interrogación a los miembros de la sociedad (Sierra 1985). Según Pardinás (1991), la encuesta es un sistema de preguntas que tiene como finalidad obtener datos para una investigación. También resulta ser un eficaz auxiliar en la observación científica. Esta técnica uniformiza la técnica de la observación, también permite aislar ciertos problemas que nos interesan (Tecla 1974).

---

<sup>1</sup> En muchos textos de metodología y técnicas de investigación, a la encuesta también se la denomina cuestionario.

Para la aplicación de esta técnica, tiene que haberse tenido previamente contacto directo con el lugar, las autoridades y la población (conocer previamente su problemática), entonces recién se está en posibilidades de precisar el número y, sobre todo, la clase de preguntas que nos pueden llevar a la verificación de nuestra hipótesis.

Seguidamente, detallaré algunos puntos importantes que deben ser tomados en cuenta para la aplicación de la encuesta en una investigación. Los pasos metodológicos que a continuación se seguirán están abstraídos de Anderegg (1995).

## **CUANDO UTILIZAR ESTE PROCEDIMIENTO**

Esta técnica tiene que ser empleada después de haber tenido contacto con el lugar de estudio (la comunidad, localidad, pueblo, etc.) y logrado un grado de confianza con sus pobladores, así como después de haber empleado otra técnica más básica y menos conflictiva, como la observación participativa, la entrevista o la historia oral. Entonces es cuando se complementa y ordena la información con esta técnica.

La utilización de esta técnica dependerá de nuestro objeto y problema a estudiar; si es así, se tendrán que tomar en cuenta varios aspectos como:

a) **Tipo de constante a la que se llega.** Para llegar a aplicar esta técnica a un universo más amplio, se tiene que tomar en cuenta dos aspectos importantes:

- El encuestado tiene que estar en condiciones de responder. La temática de la investigación determinará a quiénes se realizará la encuesta (informantes claves). Por ejemplo, si se realiza un estudio respecto a la producción artesanal de tejidos tradicionales de una comunidad o región, nuestros informantes claves serán las mujeres y en particular las ancianas. En otro estudio sobre la situación actual en la comunidad respecto a las reformas políticas del país, nuestros informantes serán las personas jóvenes y en particular dirigentes, autoridades, técnicos, profesores, etc.
- El encuestador tiene que estar en condiciones de realizar la encuesta, es decir, estar previamente capacitado y reunir algunos requisitos básicos como el conocimiento de la región y el idioma.

Si no se conoce la región, no podrá desplazarse fácilmente de una estancia o comunidad a otra, y si no conoce el idioma tampoco podrá realizar las encuestas a personas ancianas y, lo peor, no podrá encuestar a las mujeres, que generalmente

hablan solamente su idioma materno y son las que preservan en mayor grado su cultura tradicional. Con esos sesgos, no se podrán realizar estudios serios, especialmente si queremos abarcar la temática de género.

- b) Accesibilidad de las constantes.** La encuesta como técnica es muy útil cuando los encuestados están esparcidos geográficamente o cuando el área de estudio es muy amplia y se necesita realizar un muestreo.

En una comunidad, donde el estudio abarcará innumerables familias, estancias e incluso comunidades, no se podrá aplicar la encuesta a todos, entonces se realiza el muestreo, tomando en consideración las características de la región y la población.

- c) Precisión de la hipótesis.** Para la aplicación de este instrumento, se necesita tener mayor exploración o haber realizado previas pruebas (pruebas piloto), de esta manera se reduce a un número de preguntas absolutamente necesarias y precisas. Existe una tendencia de incluir variables que no son de interés para la investigación. Esto en vez de facilitar el estudio muchas veces lo complica, desviando al investigador del tema central. Se tiene que tener mucho cuidado al respecto, debido a que es muy frecuente en estudiantes universitarios y tesisistas.

## VENTAJAS DE LA ENCUESTA

La encuesta tiene algunas ventajas en relación con otras técnicas.

- Acumula muchos datos en poco tiempo, es decir que se puede abarcar a un mayor número de personas en poco tiempo.

Para la aplicación de la encuesta, se tiene que elegir los días y horas estratégicos, para no perjudicar el normal desenvolvimiento de las actividades agropecuarias y artesanales del campesino. Puede ser por las noches, antes del descanso y los fines de semana (existe la tradición de descansar todos los domingos).

Si los encuestadores son conocidos en la comunidad y existe consentimiento de la población para su aplicación, en un solo día se pueden realizar varias encuestas, siempre tomando en consideración el número de preguntas y el tiempo que dure la misma (1, 2 hrs).

- Se puede trabajar con programas de computación para su fácil sistematización y posterior interpretación.

Esta es una de sus mayores ventajas hoy en día, se pueden realizar diversos tipos de estudios aplicando programas estadísticos. Estos programas estadísticos nos arrojarán los resultados de todas las variables que requiramos, la parte explicativa y de análisis corresponderá al investigador.

- Se pueden cuantificar los datos obtenidos

Si se aplica algún programa estadístico simple, tendremos datos como las medias, medianas, moda, cuartiles, deciles, rango, etc. Si necesitamos datos más precisos y complejos, necesitaremos de programas que contemplen la estadística analítica, la cual nos dará resultados de regresiones, correlaciones, desviaciones estándar, variables aleatorias, etc.

## DIFICULTADES Y LÍMITES DE LA ENCUESTA

La dificultad más común que se presenta en el área rural es el idioma. El encuestador básicamente tiene que lograr un grado de comunicación óptimo, de lo contrario resultará deficiente o insuficiente la aplicación de la encuesta. También existen otras dificultades como:

- Muchas de las preguntas son evadidas con informaciones falsas. Por ejemplo, en preguntas como:

¿Cuántos animales posees?

¿Cuántas parcelas posees?

¿Cuántas casas tienes?

La tendencia es a reducir el número, por factores como el temor a los impuestos y los miramientos de la población en la comunidad.

Existen problemas en la medida del costo, es decir, el calcular cuánto cuesta o cuánto puede ser el costo de determinado producto. Si realizamos un estudio de economía campesina y necesitamos saber el costo de determinada cantidad de producto, preguntaremos:

¿Cuánto vale una arroba de papa?,

¿Cuánto cuesta una arroba de maíz?

¿Cuánto vale la libra de lana?

El campesino común de comunidades que están débilmente vinculadas con la economía de mercado, no podrá calcular el peso y su valor de costo, debido a que ellos no miden por

libras y arrobas, sino podría ser por cargas de llama (1 a 1 ½ arrobas) o de burros (2 a 3 @) o mulas (4 @). El campesino de esa manera puede comparar su valor con otro producto, como el maíz en los valles o la papa en la puna. Por ejemplo, en los valles interandinos de Muñecas los pobladores de la puna intercambian una carga de papa en burro (3 @) por una carga de llama (1. ½ @). En otras comunidades de la región de Charazani, existen otras medidas de valor como ujral, iskaral, kimsaral y touston (Torrico 1995). Las medidas de valor para el intercambio de productos varían de comunidad a comunidad.

- También puede presentarse el caso de que el campesino se rehuse a ser encuestado por temor. Es casi normal que el campesino (a) no acepte, de ahí que el encuestador tiene que ser conocido previamente por la población donde se realizará la encuesta.

## **REQUISITOS FUNDAMENTALES PARA LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS.**

La encuesta es un instrumento de recopilación de datos rigurosamente estandarizado, que traduce y operacionaliza determinados problemas que son objeto de investigación. Esta operacionalización se realiza mediante la formulación escrita de una serie de preguntas que, respondidas por sujetos de la encuesta, permiten estudiar el hecho propuesto en la investigación o verificar las hipótesis (Schulte 1998).

Según Anderegg, la encuesta tiene requisitos metodológicos que son:

**La validez.** Es decir, que tiene que captar satisfactoriamente el objeto de estudio.

**La fiabilidad.** Tienen que tener la capacidad de obtener iguales o similares resultados si se vuelve aplicar otra vez la misma encuesta.

**Facilita la tabulación de datos.** La encuesta como está organizada, sistematizada y asignada un código, facilitará su tabulación de datos.

**Adaptación a los medios que poseen para realizar el trabajo.** La encuesta tendrá que ser adaptada a los recursos con los que se cuenta para realizar la investigación.

**Comprobación por otras fuentes de información.** Los resultados finales que se consiguen con la encuesta tendrán que llegar a los mismos resultados, aplicando otras técnicas como la entrevista, historias de vida (estudios de caso).

**Constatar las respuestas verbales con el comportamiento real.** Esto implica que los resultados puedan ser verificados mediante la observación participativa.

## TIPOS Y MODALIDADES DE ENCUESTA

Se pueden distinguir diferentes tipos y modalidades con arreglo a distintos criterios:

### a) Encuesta de respuesta directa e indirecta

**Directa.** Son aquellas que son respondidas directamente por el encuestado. Por ejemplo:

¿Qué le pareció la cosecha?

¿Qué le parecen las nuevas leyes del estado?

¿Qué le parece el profesor?

¿Qué le parecen los candidatos a la alcaldía?

**Indirecta.** No va dirigida a una persona sino es más abierta. Por ejemplo:

¿Deben migrar los campesinos?

¿Deben ir los campesinos al cuartel?

¿Deben ser sancionadas las autoridades corruptas?

¿Debe el gobierno dar más ayuda a las comunidades?

### b) Encuesta pre-codificada y con respuestas cerradas

Quiere decir, que ya tiene un código establecido y la respuesta será simplemente “sí” o “no”; por ejemplo:

¿Vendes tus productos?	Sí	No
¿Migras a la ciudad?	Sí	No
¿Fuiste al cuartel?	Sí	No
¿Son buenos los candidatos?	Sí	No

## DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para la elaboración de una encuesta es necesario tomar en cuenta una serie de reglas y principios, que son resultado de experiencias acumuladas. A continuación veremos algunas de ellas, las más importantes.

**Contenido de Preguntas.** Se tiene que tener mucho cuidado en la elaboración de las preguntas, ya que puede haber casos en que las preguntas son demasiado directas y chocantes. Por ejemplo:

¿Cuánto ganas?

¿Cuántas has. de tierra tienes?

¿Por qué no hiciste ese cargo?

Entonces las preguntas deben estar bien elaboradas, con mucho cuidado, para no incurrir en ese tipo de errores, de lo contrario el encuestado no estará dispuesto a responder las preguntas y si responde la tendencia será a desviar la información debido a la imprudencia.

**Vocabulario de preguntas.** En la elaboración de la encuesta se tienen que utilizar palabras y frases usuales para el entrevistado a quien nos estamos refiriendo, de lo contrario no comprenderá la pregunta o la interpretará erróneamente, en consecuencia la respuesta será equivocada. Por ejemplo:

¿Cuántas arrobas cosechaste?

¿Cuántos metros cuadrados tiene tu parcela?

Puede haber casos en que la comunidad donde se realiza la encuesta no conozca las medidas de peso que nosotros conocemos (libras, kilos, arrobas). Por el contrario, ellos utilizan (en un supuesto) otras medidas de peso como los costales (de llama, burro o mula) o canastas, entonces la pregunta tendría que ser:

¿Cuántos costales de burros cosechaste tu papa?

¿Cuántos costales de guano de llama pusiste a tu parcela?

¿Cuántos costales de maíz de burro cosechaste?

¿Cuántas canastas de papa cosechaste?

Si es así el caso para saber el cálculo, se tendrá que transformar la carga de burro a una medida más standart (kilo, arroba, quintal, etc.); de esa manera se calcularía los rendimientos de producción en comunidades donde usan otras medidas de peso y de valor de cambio.

**La secuencia de preguntas.** Las preguntas tienen que tener una secuencia lógica y estar ordenadas, comenzando por las más simples para ir hacia las más complejas, nunca se debe iniciar la encuesta con preguntas complicadas y difíciles de responder, porque ésto nos llevará a acumular pocos datos y no muy confiables.

## a) Tipos de preguntas

Las preguntas de las entrevistas pueden clasificarse en varias categorías. Entre las principales, podemos mencionar:

**De Hecho.** Se refieren a cuestiones concretas y tangibles, fáciles de comprobar, como son los hechos, por ejemplo, las investigaciones censales.

¿Cuántos hijos tienes?

¿Cuál es tu profesión?

¿Dónde naciste?

¿Cuál es el nombre de tu comunidad?

**De Acción.** Se refieren a las actividades subjetivas, actitudes y decisiones tomadas por el individuo encuestado. Estas preguntas interrogan una acción realizada. Por ejemplo:

¿Sembró maíz este año?

¿Participó en otros programas de cooperación?

¿Fuiste a la feria?

¿Migraste el año pasado?

**De Intención.** Tratan de averiguar lo que el individuo haría si eventualmente se diera una determinada circunstancia. Por ejemplo, antes de que se aprobaran las nuevas leyes, se hubiera preguntado.

¿Qué le parece la Ley INRA?

¿Qué les parece el pago de impuestos?

¿Qué le parece la Ley de Participación Popular?

¿Qué le parece la ley de Descentralización?

Con este tipo de preguntas se puede conocer la posición que tiene respecto a determinado tema.

**De Opinión.** Esta no interroga lo que el individuo haría en cierta circunstancia concreta, sino lo que opina acerca de algo. Esta respuesta exige una posición personal. Por ejemplo:

¿Qué opina Ud. acerca de las intensas lluvias?

¿Qué opina Ud. de determinado proyecto?

¿Qué opina de las nuevas autoridades municipales?

¿Qué opina de los transportistas que viajan a la región?

**Preguntas Amortiguadoras.** Son preguntas que actúan como muelles, procediendo a preguntas que tratan temas difíciles y escabrosas, por ejemplo:

¿Qué bienes posees? Podría preceder a ¿Todos tienen bienes?

¿A dónde migras? Podría preceder a ¿Todos migran?

¿Qué productos vendes? Podría preceder a ¿Todos van a vender?

**Embudo de Preguntas.** Más que una pregunta, se trata de una forma de disponer las preguntas en una progresión lógica, que puede ir desde la más sencilla a la más complicada, o de aspectos más generales a las cuestiones más concretas y precisas.

## b) Elección de preguntas

La elección de preguntas depende de los factores que inciden en cada caso concreto; pero existen ciertas reglas generales que pueden ser muy útiles.

1. Deben incluirse preguntas que solamente tengan una relación directa con el problema.
2. No deben incluirse preguntas cuyas respuestas puedan obtenerse con más exactitud y eficacia de otras fuentes de información.
3. Se tendrán en cuenta los requisitos y necesidades establecidos en los planes de codificación y tabulación de la encuesta.
4. Los datos obtenidos tienen que ser comparables, es decir, que se tendrán en cuenta otros estudios y encuestas realizados sobre temas semejantes.
5. Las preguntas deben ser respondidas sin mayores dificultades, es decir, ser fácilmente comprensibles, estando al nivel del encuestado.

Deben evitarse todas las preguntas confidentes o indiscretas.

6. Las preguntas no deben exigir excesivo trabajo a quienes tienen que responder, es decir, no deben durar mucho tiempo ni ser complejas.

### c) **Estilo y modo de formular y redactar las preguntas**

En la encuesta, la fidelidad de la respuesta depende del modo o manera de formular la pregunta. Seguidamente, damos algunos puntos a tomar en cuenta relacionados a la misma.

1. Una encuesta debe ser como un intercambio verbal, es decir, lo más simple y natural posible. Un error muy frecuente es el bombardear con preguntas al campesino no acostumbrado a las encuestas. Este tipo de error intimidará al encuestado.
2. En la elección de palabras se tendrá en cuenta el vocabulario y la semántica. Ejemplo: En comunidades tradicionales.

¿Dónde se realiza el intercambio?  
¿Dónde migraras?

Debe decir  
Debe decir

¿Dónde se realiza el trueque?  
¿A dónde emigrarás?

3. La pregunta debe posibilitar una sola interpretación inequívoca, es decir, la respuesta no tiene que tener varias interpretaciones que lleven a la confusión. Ejemplo:

¿Qué cargo realizaste?  
¿Qué cultivaste?  
¿Qué tejidos hiciste?

R. Todos los cargos.  
R. Todos los productos  
R. Algunos tejidos

4. Cuando la respuesta tiene un “abanico” de alternativas, debe ser presentada en forma adecuada con relación al tema de estudio. Por ejemplo:

¿Hacia qué regiones o lugares migras?  
¿En qué ferias participas?  
¿Con cuáles parientes tienes mejor relación?

R. Minas, ciudades, colonizaciones, otros.  
R. Locales, regionales, nacionales, otros.  
R. Padres, tíos, hermanos, primos, otros.

5. Las preguntas no deben sugerir las respuestas, incitando a responder en un sentido más que otros, por ejemplo:

¿Tú posees pocas parcelas de cultivo o muchas?  
¿Tú ganas mucho o poco?  
¿La población es trabajadora o floja?

6. En las preguntas se tienen que eliminar todos los términos vagos, como ser: “mucho”, “poco”. “frecuente”, “regular”, “a veces”  
Cada pregunta debe tener una sola idea y referirse a un solo sujeto.

## d) Estructura de preguntas

En la encuesta se tiene que establecer un orden lógico en las preguntas (de sencillas a complejas) y, a la vez, prever posibles inconvenientes psicológicos a menudo sutiles. Es una tarea difícil que debe afrontarse con agudo criterio. El exceso de preguntas disminuye la calidad de las respuestas. Se comprobó que el mayor porcentaje de respuestas exactas corresponde a las primeras preguntas, mientras que las últimas tienen un mayor porcentaje de error.

Algunos autores establecen una regla general de no sobrepasar las treinta preguntas subdivididas en casos necesarios en sub-preguntas.

## e) Prevención de deformaciones

Por las diversas causas derivadas de la redacción del cuestionario, pueden producirse en las respuestas ciertas deformaciones que deben preverse. Estas deformaciones pueden estar motivadas por los siguientes factores:

**La deformación conservadora.** Existe una tendencia en el área rural a responder "SI" o también temer al cambio.

El efecto de ciertas palabras y la sumisión a los esteréotipos. Ciertas palabras tienen un influjo predisponente. Por ejemplo, las palabras "indígenas", "indio", "campesina", "vecino".

**La influencia de las personalidades.** La sola referencia de una sola persona puede bastar para influir sobre las respuestas. Esto es típico de las comunidades o pueblos rurales: existen personas notables que deciden por la comunidad, por ejemplo:

§ El secretario ejecutivo de la provincia dice que el campesino no tiene que apoyar a las instituciones.

§ El señor tantos dice que el campesino tiene que apoyar a las instituciones.

Para que no exista este error frecuente es que se realiza la encuesta tomando en consideración los muestreos poblacionales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, Ezequiel:** (1995) Técnicas de Investigación Social. 24ª. Edición. Editor LUMEN, Buenos Aires.
- Montes Gonzalo:** (1994) Conflictos territoriales en el ayllu Amarete. Documento No. 7, PIAB. La Paz.
- Pardinas, Felipe:** (1991) Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. 32ª. Edición. Editorial Siglo XXI, Bogotá.
- Schulte, Michael:** (1998) Estrategias Socioeconómicas en la región Kallawayá. PIEB, La Paz.
- Sierra, Bravo R.:** (1985) Técnicas de Investigación Social; Teoría y Ejercicios. 4ª. Edición. Editorial Paraninfo, Madrid.
- Tecla, Alfredo; Gaeza, Alberto:** (1974) Teoría y métodos y técnicas de investigación social. Ediciones de Cultura Popular, México.
- Torrice, Alvaro:** (1995) Manejo del tiempo y el espacio en el cultivo de la papa en la organización de la producción agrícola de la comunidad de Chullina. Tesis de Agronomía de la UMSS, Cochabamba.