

**ESTUDIO DE VIABILIDAD EN EL DESARROLLO DE APLICACIONES  
FACILITADORAS DE ENCUESTAS EN EL MERCADO DE ESTUDIANTES Y  
PROFESORES EN LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

**EDISON CABALLERO TRUJILLO**

**ERIKA DANIELA CABEZAS REYES**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
PROGRAMA MERCADEO  
VILLAVICENCIO**

**2018**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD EN EL DESARROLLO DE APLICACIONES  
FACILITADORAS DE ENCUESTAS EN EL MERCADO DE ESTUDIANTES Y  
PROFESORES EN LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS**

**Trabajo de grado para obtener el título de Profesional en Mercadeo**

**EDISON CABALLERO TRUJILLO  
ERIKA DANIELA CABEZAS REYES**

**DIRECTOR:  
JORGE EDISON GARCÍA ÁLVAREZ  
Profesional en Mercadeo y Publicidad  
Esp. Alta Gerencia  
Mg. Administración**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
PROGRAMA MERCADEO  
VILLAVICENCIO  
2018**

**AUTORIDADES ACADEMICAS**

**PABLO EMILIO CRUZ CASALLAS**  
**Rector Universidad de los llanos (E)**

**DORIS CONSUELO PULIDO DE GONZALES**  
**Vicerrectora Académica**

**GIOVANY QUINTERO REYES**  
**Secretaria General**

**RAFAEL OSPINA INFANTE**  
**Decano Facultad Ciencias Económicas**

**GIOVANNI ENRIQUE HERNANDEZ CASALLAS**  
**Director de Escuela Administración y Negocios**

**JAVIER DÍAZ CASTRO**  
**Director Centro de Investigaciones Facultad de Ciencias Económicas**

**BLANCA IRIS PINILLA MORENO**  
**Directora Programa Mercadeo**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

**JAVIER DÍAZ CASTRO**  
**Director Centro de Investigaciones**  
**Facultad de Ciencias Económicas**

---

**BLANCA IRIS PINILLA MORENO**  
**Directora Programa Mercadeo**

---

**JORGE EDISON GARCÍA ÁLVAREZ**  
**Director de Trabajo de Grado**

---

**HECTOR ISMAEL ROJAS HERNANDEZ**  
**Jurado**

---

**MATILDE ELISA VILLAMIL GÓMEZ**  
**Jurado**

## **DEDICATORIA**

**Erika Daniela Cabezas Reyes**

*El presente trabajo no hubiera sido posible de no ser por el apoyo constante de mi familia, especialmente de mi madre María Amparo Reyes Acosta quien ha estado presente en cada momento como motor de inspiración, brindándome su sabiduría.*

**Edison Caballero Trujillo**

*Quiero dedicar no solo este trabajo, sino el momento que esto representa a mi madre, Flor Alba Trujillo ya quien es ella quien sin importar en que situación me encontrara encontró las palabras de apoyo que necesitaba para ayudarme a lograr mis objetivos.*

*A mi padre Edgar Alfonso Caballero, quien sin mayor motivación que verme ser un profesional se esforzó igual que lo he hecho lograr que pudiera seguir estudiando, aun cuando parecía que no lo iba a lograr.*

*Y a mi pareja Daniela Cabezas la cual me hecho mejorar como persona y hizo posible que hoy pudiera escribir estas palabras.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Especiales agradecimientos a Jorge García Álvarez, quien dedico su tiempo y conocimientos en hacer que este trabajo fuera posible.*

*Al programa de mercado que a lo largo de nuestra estancia en la universidad nos permitió estar en un espacio adecuado para crecer como profesionales.*

*Y cada uno de los docentes que tuvimos la suerte de encontrarnos, porque de cada uno nos llevamos alguna parte de conocimiento profesionalmente y personalmente.*

# Contenido

Justificación.....	12
Planteamiento Del Problema.....	15
Objetivos.....	17
Objetivo General .....	17
Objetivos específicos .....	17
Marco de referencia.....	18
Marco conceptual .....	20
Metodología de la investigación .....	23
Marco Muestral .....	24
Análisis de los resultados .....	25
Primera sesión, encuestas a estudiantes de la universidad de los llanos .....	25
Segunda sesión, entrevista grupal a estudiantes de semestres superiores .....	36
Tercera sesión, Análisis entrevista individual a docentes pertenecientes a grupos de investigación .....	48
Con respecto al tema de utilizar la encuesta como herramienta de recolección de datos .....	48
Con respecto a la experiencia al momento de redactar una encuesta. ....	48
Con respecto a la experiencia de tabular y graficar los datos. ....	49
Con respecto a los problemas que ha tenido utilizando la herramienta. ....	49

Con respecto a la utilización de herramientas de encuesta por medio de software, si lo han usado o no y experiencia al usarlas. ....	50
Con respecto a opciones que le gustaría encontrar en un software/Aplicación que facilite su trabajo. ....	51
Con respecto a las funciones que proponen los investigadores. ....	53
Con respecto a si usaría y recomendaría o no la herramienta propuesta.....	54
Conclusiones .....	55
Bibliografía .....	59
Apéndice A: Transcripción Focus Group a estudiantes de semestres superiores .....	61
Apéndice B: Transcripción entrevista individual a docentes pertenecientes a grupos de investigación....	76
Anexos.....	139

## Tablas

Tabla 1 Estudiantes en los roles de encuestadores y no encuestadores .....	25
Tabla 2 Estudiantes que han redactado una encuesta.....	26
Tabla 3 Estudiantes que cumplen ambos roles .....	27
Tabla 4 Estudiantes que han contestado encuestas por medio de software .....	27
Tabla 5 Principales problemas para los estudiantes que han encuestado.....	28
Tabla 6 Factores que facilitan la solución de encuestas.....	30
Tabla 7 Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que no han sido encuestados .....	32
Tabla 8 Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que han sido encuestadores .....	34
Tabla 9 ¿Ha realizado el rol de encuestador?.....	37
Tabla 10 ¿Han contestado encuestas que no querían responder?.....	37
Tabla 11 ¿Cuál es la idea negativa que activa la disonancia de los participantes? .....	38
Tabla 12 ¿Alguna vez han dicho que no a contestar una encuesta sin saber que tan larga es? .....	39
Tabla 13 ¿Alguna vez han contestado encuestas por medios electrónicos? .....	40
Tabla 14 ¿Se enfrentan a la misma disonancia?.....	40
Tabla 15 ¿Han redactado una encuesta? .....	41
Tabla 16 ¿Fue fácil o difícil redactar una encuesta? .....	41
Tabla 17 ¿Han tabulado y graficado una encuesta? .....	42
Tabla 18 ¿Fue difícil tabular y graficar? .....	42
Tabla 19 ¿Qué programa usaron para el tratamiento de los datos?.....	43
Tabla 20 ¿El programa les facilito el trabajo de tabulación? .....	43

Tabla 21 ¿Si existiera una App que permitiera enviar las encuestas al correo, disminuiría el % de negación?.....	44
Tabla 22 ¿Qué debería tener una App que facilite el proceso de realizar encuestas?.....	44
Tabla 23 ¿Si hubiese un beneficio en Apps de uso masivo como Candy crush, cree que motivaría la participación en la encuesta?.....	45
Tabla 24 ¿Si esta App existiera que funciones le gustaría que tuviera? .....	46
Tabla 25 ¿Usarían esta App si existiera? .....	47
Tabla 26 ¿Utilidad de las funciones propuestas por los investigadores para la App? .....	53

## Figuras

Figura 1. Personas que han realizado el rol de encuestador.....	25
Figura 2. Estudiantes que han redactado una encuesta. ....	26
Figura 3. Estudiantes que realizan ambos roles .....	27
Figura 4. Estudiantes que contestan encuestas por medio de software. ....	28
Figura 5. Principales problemas para los estudiantes encuestadores.....	29
Figura 6. Factores que facilitan realizar la encuesta según los estudiantes. ....	31
Figura 7. Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que no han sido encuestados. ....	33
Figura 8. Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que han sido encuestadores. ....	35

## **Justificación**

El proceso de investigación en las ciencias puras como física, química o biología, evoluciona todos los años sin detenerse, desde las metodologías hasta las herramientas de adquisición de datos cambian constantemente, pero de forma contraria sucede con las ciencias aplicadas, que en ciertos sectores se han quedado estancadas por décadas sin aplicar mejoras en sus procesos de recolección de información; esta investigación puede representar un buen comienzo al aporte de la evolución natural de la investigación dentro de las ciencias aplicadas específicamente en profesiones como administración de empresas, mercadeo, economía y/o en otras profesiones menos relacionadas con el factor económico que también realizan investigaciones, como la arquitectura, diseño de modas, cocina, entre otras.

Diversos autores han encontrado problemas dentro de esta herramienta de las encuestas como (Radaz, 2004) en su texto “Problemas de representatividad en las encuestas con muestreos probabilísticos” donde evidencia problemas relacionados con la redacción, el encuestador, el encuestado, la interpretación y la adquisición de los datos, y además propone soluciones como la de capacitar a los encuestadores, esto con el fin de evitar que ayuden a los encuestados, los saquen de su zona de confort y hagan que interpreten mal las preguntas, también plantea contratar un supervisor para los encuestados que evite encuestas sin completar o encuestadores que falsifiquen las encuestas (Radaz, 2004, p.50 – 55), estas soluciones aunque efectivas no son facilitadoras para los investigadores de bajo presupuesto.

En el caso específico de Colombia donde la investigación se gesta en su mayoría en universidades y se supervisa por Colciencias el problema puede ser más evidente, esto sumado a los pocos esfuerzos del estado, reduciendo los presupuestos en la investigación como se puede ver en el presupuesto para el 2018 de 380.000 millones de pesos a 222.000 millones de pesos en ciencia y tecnología; y; de 408 millones de pesos a 353 millones de pesos en cultura, de lo que se puede deducir que las investigaciones que Colciencias financia se van a ver directamente afectada.

Para el caso de la universidad de los llanos ubicada en el puesto 47 de universidades, con 29 grupos de investigación inscritos (Redacción Vivir, 2016) pero que en realidad solo tiene 3 grupos de estudios reconocidos con el aval institucional de Colciencias (El observatorio de la universidad Colombiana, 2015), lo que puede traducirse en que los otros 26 grupos inscritos

podrían ser de una sola persona, no están aportando investigaciones con frecuencia o no son relevantes.

Considerando lo anterior se puede buscar soluciones que faciliten la investigación en pequeños y grandes grupos de estudio, una de las alternativas son las nuevas tecnologías como aplicaciones, páginas web o programas, esto se puede justificar gracias a los siguientes datos; en la actualidad el 80% del planeta está en línea y 60 de cada 100 personas en el mundo están suscritas a banda ancha para su celular (ITU, 2017) en el caso de Colombia 58% de la población tiene conexión a internet y por cada 100 personas hay 117 celulares registrados para el año 2015, teniendo presente estos datos no es descabellado pensar en una aplicación o programa que realice encuestas on-line; algunas de las fortalezas que presenta este método son sus aplicaciones en BTB y BTC, rapidez, facilidad de tabulación, costos bajos, facilita el manejo de muestras grandes, control en el orden y la tasa de respuesta, acceso a parte de la población independientemente de la ubicación geográfica; pero también trae consigo debilidades como problemas al seleccionar la muestra, método impersonal, bajas tasas de respuestas, internet como requisito, problemas de privacidad o seguridad en la información (Suarez, García y Álvarez, 2009, p.10)

Esta investigación está en la facultad de reconocer cuáles son los factores más determinantes en el proceso de realizar encuestas y definir cuál es el proceso más eficiente para adquirir datos fieles que mejoren la información que se recolecta para la investigación además de mejorar el trabajo de campo de investigadores de pequeños y crear una herramienta más completa que genere un avance en las metodologías actuales de investigación, para fortalecer esta información se utilizaran algunas medidas propuestas por Camilo Herrera Mora sobre la decisión de compra que en éste caso se tomara como decisión de consumo y analizaremos sobre los investigadores las variables que él propone, las cuales son: nivel de necesidad, nivel de oportunidad y nivel de capacidad (Herrera Mora, 2010, p. 183).

Actualmente la herramienta de encuestas para celulares más completa del mercado es surveymonkey, la aplicación facilita la redacción de encuestas con una buena interface y un gran abanico de formatos de preguntas y respuestas, también recolecta los datos de las encuestas respondidas inmediatamente junto con un pequeño análisis de la información y posee la opción de compartir la encuesta en redes sociales como Facebook, twitter o Whatsapp, tomando como

anteriormente esta aplicación se podrá reconocer si cumple con los requerimientos para ser útil para los investigadores de campo, de ser así, establecer si está siendo utilizada, si las debilidades propuestas por Suarez, García, Álvarez siguen presentes y si es así, cómo disminuir sus efectos al momento de adquirir los datos, por otro lado, si no es utilizada, profundizar en el por qué para construir una mejor herramienta.

Aún en el caso de que la herramienta no sea de utilidad para los investigadores, el conocer qué es para el encuestado complicado de entender cuando se pregunta, por qué suele ser poco participativo o cómo le gustaría que las encuestas fueran realizadas para disminuir la incomodidad de resolverla.

## **Planteamiento Del Problema**

Desde el primer momento en que se elige la encuesta como herramienta de recolección de datos los investigadores se pueden topar con problemas de distintas índoles a lo largo del proceso, la misma recolección de datos los puede llegar a generar, para Vidal Radaz algunos de estos problemas son; errores producidos por el entrevistador, errores producidos por los entrevistados, errores producidos debido al cuestionario, errores producidos por el sistema de recogida de datos y situación de la encuesta, dentro de estas categorías es importante resaltar los siguientes errores, la influencia del encuestador sobre el encuestado, la falta de conocimiento del encuestado en el tema, persuasión del encuestado por factores del entorno como amigos o amenazas, poco entendimiento en las preguntas del cuestionario, la situación donde ocurre la encuesta no es apropiada para el encuestado (Radaz, 2004, p.50 – 55), también tenemos la falta de colaboración por parte del encuestado en situaciones donde manifiesta escases de tiempo, incomodidad o total desinterés (Mainar, 2006, p.20), algunos autores plantean soluciones como supervisar al encuestador para que realice un trabajo óptimo de elección del encuestado y formulación correcta del cuestionario (Radaz, 2004, p.50 – 55), esto podría no ser un problema en investigaciones de empresas de gran capital las cuales pagan a terceros para realizar las encuestas, pero no es el caso de estudiantes, grupos de estudio, semilleros o mipymes.

Lo anterior motiva el interés por encontrar soluciones sencillas que disminuyan la probabilidad de error en las encuestas, como programas o aplicaciones que faciliten al encuestador transmitir la encuesta y al encuestado encontrarse en un espacio cómodo para contestar.

Actualmente existen algunas aplicaciones que facilitan la redacción de la encuesta y la lectura de sus datos como SurveyMonkey, pero a primera vista resultan ser poco conocidas por los

investigadores, es por esto que resulta interesante preguntar si estas aplicaciones realmente representan una utilidad dentro de la investigación y si es así profundizar en que utilidades se podrían proponer para convertirlo en un método óptimo para el trabajo de campo y más, o si por el contrario para los investigadores estos problemas no representan mayor dificultad al momento de adquirir datos.

Teniendo presente los factores anteriores, la investigación se motiva en resolver la pregunta ¿De qué forma podría ser viable la creación de una aplicación que facilite el proceso de realización de encuestas en investigaciones?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Determinar la viabilidad de aplicaciones facilitadoras de encuestas en mercados de estudiantes y profesores de la universidad de los llanos.

### **Objetivos específicos**

- Identificar cuáles son los problemas a resolver para los encuestadores que facilitarían la recolección de información por medio de encuestas
- Describir cuáles son los parámetros que facilitan al encuestado responder una encuesta.
- Establecer un método de propagación de la encuesta eficiente.
- Evaluar si el mercado objetivo encuentra útil la información encontrada aplicada dentro de una aplicación.

## Marco de referencia

El problema detrás de realizar encuestas para los investigadores de campo es tocado por varios autores, los cuales nos habla de la falta de colaboración por parte del encuestado y de cómo en ocasiones no terminan los cuestionarios (Mainar, 2006, p.20), también de cómo en ocasiones el encuestador trata de llenar encuestas de una manera más ágil, disminuyendo el número de preguntas o encuestando personas que no están dentro de la muestra, (Camacho, 2000, p.130), de cómo los agentes externos influyen al encuestado al momento de responder, como sus amigos o el mismo encuestador y de cómo el escenario de la encuesta debe ser el idea para generar respuestas útiles (Díaz de Rada, 2004, p.52) demostrando el hecho de que realizar encuestas es tedioso y que se puede llegar a sacrificar información por evitar el rechazo, una mala situación o agilizar el trabajo; estos aportes se pueden relacionan con los de (Suarez, García y Álvarez, 2009) en su investigación sobre el mercado a través de encuestas online, donde menciona que las encuestas tradicionales se ven condicionadas por la duración, orden de las preguntas o la redacción (Suarez, García y Álvarez, 2009, p.12), y aunque las encuestas online también, estas cuentan con mecanismos que reducen el impacto de las mismas, ella menciona que algunos de los beneficios que hay detrás de las encuestas online son la rapidez, el control sobre las encuestas, mejor segmentación, facilidad en encuestas grandes, facilidad en la tabulación y muestra también algunos problemas a analizar método impersonal, baja tasa de respuesta, dificultad para los encuestados, problemas de seguridad y privacidad, por lo cual se encuentra que sus aportes son un buen comienzo para reducir los escenarios negativos del método (Suarez, García y Álvarez, 2009, p.10).

Otro tema que toca es sobre la interactividad, (Suarez, García y Álvarez, 2009, p.11) nos mencionan que se pueden dividir en tres, consumidor y cuestionario, consumidor y consumidor, consumidor e investigador, en donde dice que la primera la interactividad en la encuesta tradicional es poca ya que no le pide nada al consumidor, pero que por otro lado en encuestas online existe un grado de interactividad mayor haciéndolo más interesante; el segundo representa la interactividad entre dos encuestados y menciona como el acercamiento de estos sesga la muestra y afecta a los resultados, cosa que no ocurre usualmente en el método on-line y por ultimo investigador y consumidor donde en la encuesta tradicional suele ser alta pero en la online baja y vemos que para ella el que sea un método impersonal resulta algo negativo.

Estos antecedentes permiten tener un punto de partida en esta investigación con el cual comparar los resultados, principalmente con la investigación de Suarez et al, (2009) y Díaz de la rada (2004), lo que nos permitirá evaluar cómo ha evolucionado las encuestas gracias a las nuevas tecnologías, comparar las debilidades encontradas en medios tradicionales y medios on-line en su momento y traerlas a la actualidad, fortaleciendo la propuesta de las facultades que podría tener la aplicación.

## Marco conceptual

Dentro de la investigación se manejarán conceptos relacionados con la investigación y la tecnología, estas áreas representan los cimientos de esta investigación y el conocer algunas ideas generalizadas sobre estos aportaran a la comprensión de este documento.

En primera estancia es importante comprender la diferencia entre ciencias puras y ciencias aplicadas ya que sus funciones y aportes son diferentes, según Mario Bunge las ciencias puras buscan el conocimiento y las ciencias aplicadas buscan valga la redundancia la aplicación de ese conocimiento en la vida cotidiana, así ciencias como la biología, la química o la física son ciencias puras y todas aquellas que hagan uso de los conocimientos adquiridos por dichas ciencias para otras investigaciones son aplicadas, así las investigaciones de mercado son investigaciones aplicadas que hacen uso de los conocimientos de los estudios de la psicología pura y conocimientos de comportamiento humano aportados por antropólogos entre otros.

Las investigaciones realizadas dentro de áreas de carácter más económico o social, suelen recurrir a mecanismos de recolección de datos directamente de la fuente, para ello se pueden usar diversos métodos, algunos de los métodos más utilizados son la observación, la entrevista y la encuesta, este último se puede dividir en encuestas de hechos, la cual busca que el encuestado exponga sus motivaciones y razones de conducta, encuestas de opinión, que quiere que el encuestado refleje su postura sobre un tema específico y encuestas interpretativas cuyo objetivo busca encontrar motivaciones psicológicas o encontrar motivos ocultos por el encuestado (Metodología de la investigación, p.97); con esto definido se eligen modelos de preguntas que se ajusten a los objetivos, algunas de dichas preguntas Según (Murillo, J, 2006, p.1-3) son:

1. Cerradas dicotómicas: dan sólo opción a dos respuestas: sí o no y, en su caso, no sé/no contesta.
2. Cerradas politómicas o categorizadas: presentan como respuestas una serie de alternativas entre las que el encuestado debe elegir una alternativa o, en su caso, varias.
3. Numéricas: donde se solicita que la respuesta se exprese en forma de número.
4. Abiertas: sólo contienen la pregunta, dejando completa libertad al Participante en la respuesta.

El uso de la pregunta va sujeto directamente al su motivo y principalmente podemos encontrar 7, los cuales son:

1. Sustantivas, son las cuestiones básicas y las referentes a las cuestiones investigadas
2. Filtro, las que se realizan previamente a otra pregunta a fin de eliminar a los que no les afecte ésta;
3. De Control, cuya finalidad es asegurarse el interés y buena fe del encuestado y la veracidad y fiabilidad de sus respuestas.
4. De Consistencia, para comprobar la consistencia de las respuestas del encuestado. Suelen ser preguntas similares pero redactadas de formas diferentes y presentadas de forma espaciada para comprobar la congruencia de las respuestas.
5. De Introducción o Rompehielos, para iniciar el cuestionario e interesar al encuestado con él, o para pasar de un tema a otro.
6. Muelle, Colchón o Amortiguadores, son preguntas que abordan temas difíciles o escabrosos, preguntadas de tal forma que se reduzca su rudeza.
7. Baterías de Preguntas, conjunto de preguntas sobre la misma cuestión, que se complementan unas a otras, enfocando diversos aspectos de ella.

El uso adecuado de dichas preguntas afectara directamente en los datos recolectados y por ende en las conclusiones de la investigación.

Por último, el tipo de levantamiento o forma de recolección de datos, en la actualidad existen tres: personales, telefónicas y por correo (López Romo, la metodología de encuesta, p. 41) este último siendo el más aproximado a lo que se plantea en esta investigación.

Teniendo en cuenta que dentro de las finalidades de esta investigación se encuentra el condensar esta información dentro de una aplicación; siendo este un programa que es instalado en los celulares o dispositivos móviles que provee de utilidades al usuario según él las requiera y suelen ser llamadas en su diminutivo de app; estas cuentan con un diseño al cual se le denomina interfaz; la interfaz según Fernández Ruiz y María Jesús es “un medio de comunicación entre una persona usuaria de un sistema informático y este último”, lo que quiere decir que es la forma

en la que un sistema se comunica con el usuario, ellos mencionan que una interfaz debe ser diseñada para responder a las necesidades del usuario y que debe ser amigable y funcional sin perder un buen diseño agradable para el usuario; es decir que para este caso el usuario debe tener total control sobre las preguntas sin que parezca algo complejo de utilizar.

Estas aclaraciones son relevantes para la comprensión de este trabajo y para obtener la mayor cantidad de información del mismo.

## **Metodología de la investigación**

La metodología de esta investigación estará guiada por los aportes de José Nicolás Jany y será una investigación de tipo exploratoria (Jany, 2009, p. 7), se usaran como herramienta encuestas, entrevistas y focus group (Jany, 2009, p. 52, p. 418 – 419) haciéndolo una investigación por etapas que tendrá como fuente primaria de información los participantes (Jany, 2009, p.51), la muestra será no probalístico por cuotas (Jany, 2009, p. 139 – 140), como fuente secundaria se usaran artículos relacionados con la metodología de la investigación por encuestas e investigación online.

El objetivo de las fuentes primarias es el de responder que necesidad tienen los entrevistadores al momento de realizar las encuestas y que problemas tiene los encuestados al momento de resolver una encuesta, los objetivos de las fuentes secundarias es el de brindar un punto de comparación adecuado con el cual correlacionar los datos adquiridos por las fuentes primarias para establecer si existe un avance en lo encontrado, con esto presente la ejecución de la investigación será la siguiente:

La primera fase radica en encuestas que nos ayuden a identificar si los encuestados presentan problemas con algunos de los tipos de pregunta propuestos en formato de encuesta.

La segunda fase consiste en un focus group con los estudiantes en donde se van a identificar los factores que generan rechazo al momento de responder una encuesta y encontrar posibles soluciones a los conflictos propuestos, algunos de esos factores de los que se hablaran será el tiempo, cantidad de preguntas, actitud del entrevistador, método del llenado de la encuesta, entre otros.

La tercera fase tiene como objetivo definir los aspectos más esenciales al momento de redactar encuesta, para esto se encuestarán profesores con semilleros o grupos de investigación, ellos definirán sus prioridades al momento de redactar una encuesta, como número máximo de preguntas, preguntas obligatorias, formatos de preguntas más útiles o verbos relevantes, además de identificar si los investigadores usan o no herramientas de encuestas virtuales o similares y por qué.

Por último, se condensará la información encontrada y se evaluará por medio un focus group sobre hipotético ejemplo de aplicación, aquí es donde los estudiantes y profesores evaluarán si esta herramienta es útil o no.

### **Marco Muestral**

La presente investigación será de tipo no probabilística por etapas, donde las variables que determinarán la participación de la muestra, serán:

- Estudiantes de la universidad de los llanos de semestres superiores o que hayan completado 90% del pensum de su respectiva carrera.
- Profesores de la universidad de los llanos que hayan formado o participado en un grupo de investigación o semillero dentro de la universidad

La muestra para la primera fase de la investigación será de cien estudiantes, dado que al ser una investigación no probabilística se considera que esta muestra maximiza el margen de fiabilidad en los datos.

La segunda fase contará con siete estudiantes que participaran en el focus group en una sesión de aproximadamente hora y media.

La tercera fase se estipula entrevistar seis profesores divididos en ambas sedes de la universidad.

## Análisis de los resultados

Para el análisis de los resultados se observaron los datos desde tres ángulos diferentes, el encuestador, como la persona que realiza las encuestas; el encuestado, como la persona que contesta la encuesta y el redactor de la encuesta, como la persona que formulo la encuesta, la forma en la que se relacionan estos sujetos nos facilita la interpretación de todo lo que implica una encuesta.

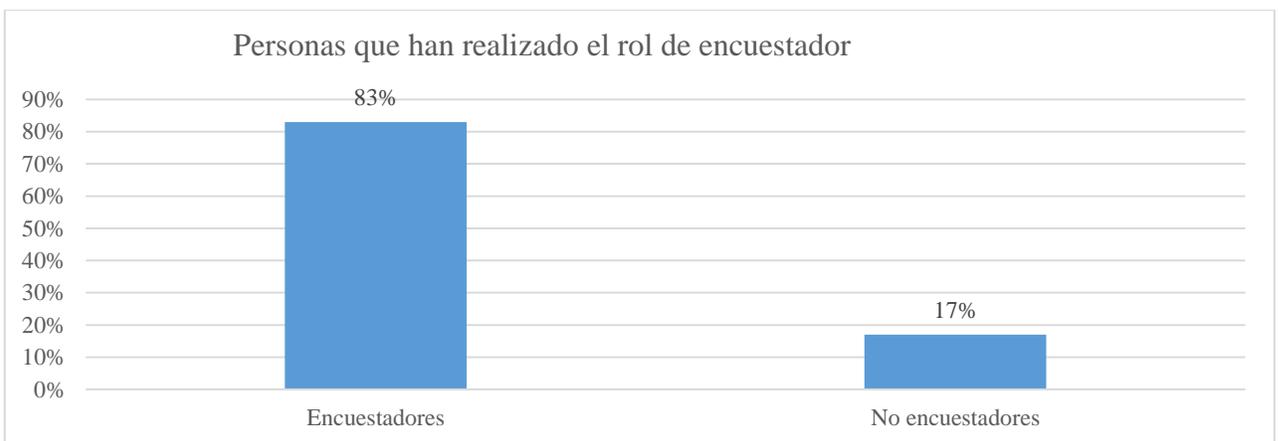
### Primera sesión, encuestas a estudiantes de la universidad de los llanos

La primera sesión de la investigación contó con cien estudiantes de la universidad de los llanos como participantes, los cuales ayudaron a identificar problemas, causas y posibles soluciones entre otras dudas, a continuación, se presentarán los resultados de dichas entrevistas:

Tabla 1  
*Estudiantes en los roles de encuestadores y no encuestadores*

ROLES	PORCENTUAL
Encuestadores	83%
No encuestadores	17%
TOTAL	100%

*Fuente:* Elaboración propia.



*Figura 1.* Personas que han realizado el rol de encuestador.

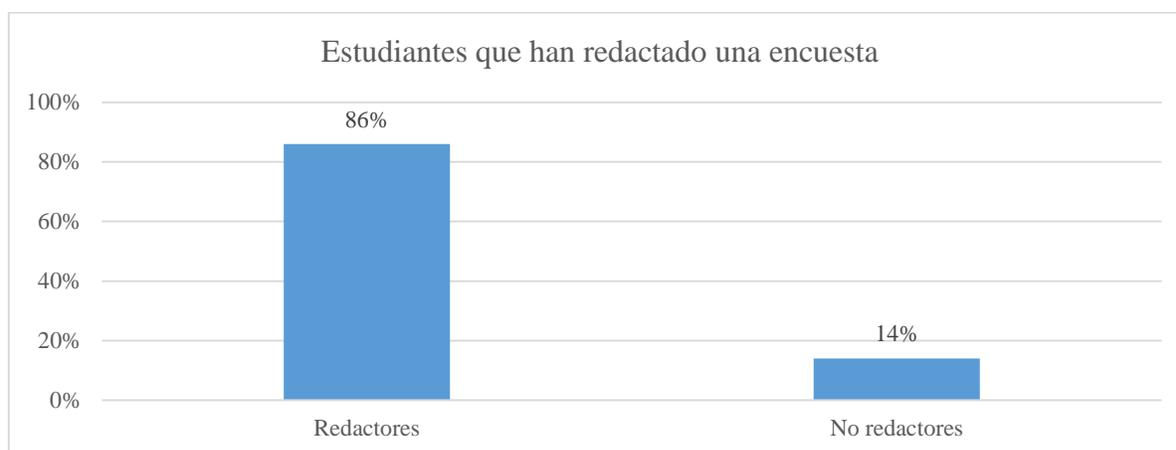
*Fuente:* Elaboración propia.

La mayoría de los estudiantes de la universidad de los llanos han realizado el rol de encuestador, esto evidencia que de existir una herramienta eficiente que facilitara la realización de encuesta podría tener una unidad estratégica de negocio por parte de los encuestadores dentro de la universidad.

Tabla 2  
*Estudiantes que han redactado una encuesta*

ROLES	PORCENTUAL
Redactores	86%
No redactores	14%
TOTAL	100%

*Fuente:* Elaboración propia.



*Figura 2.* Estudiantes que han redactado una encuesta.

*Fuente:* Elaboración propia.

La tabla nos muestra que dentro de la universidad muchos estudiantes han realizado investigación y redactado sus propias encuestas, lo que nuevamente demuestra que podría existir una unidad estratégica de negocio por parte de los redactores de encuestas que necesiten un instrumento que facilite la construcción de la herramienta.

Tabla 3  
*Estudiantes que cumplen ambos roles*

ROLES	PORCENTUAL
Personas que redactan y encuestan	79%
Personas que solo realizan una o ninguna	21%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.



*Figura 3.* Estudiantes que realizan ambos roles

*Fuente:* Elaboración propia.

La figura 3 nos muestra la unidad estratégica más fuerte relacionada con los estudiantes investigadores, aquellos que construyan el documento y además realicen el rol de encuestadores, estas personas al cumplir más roles son las que de manera proporcional necesitan resolver más problemas por lo que una herramienta que facilite el proceso podría tener más aceptación.

Tabla 4  
*Estudiantes que han contestado encuestas por medio de software*

RESPUESTA	PORCENTUAL
Ha usado software	82%
No ha usado software	18%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* Elaboración propia.

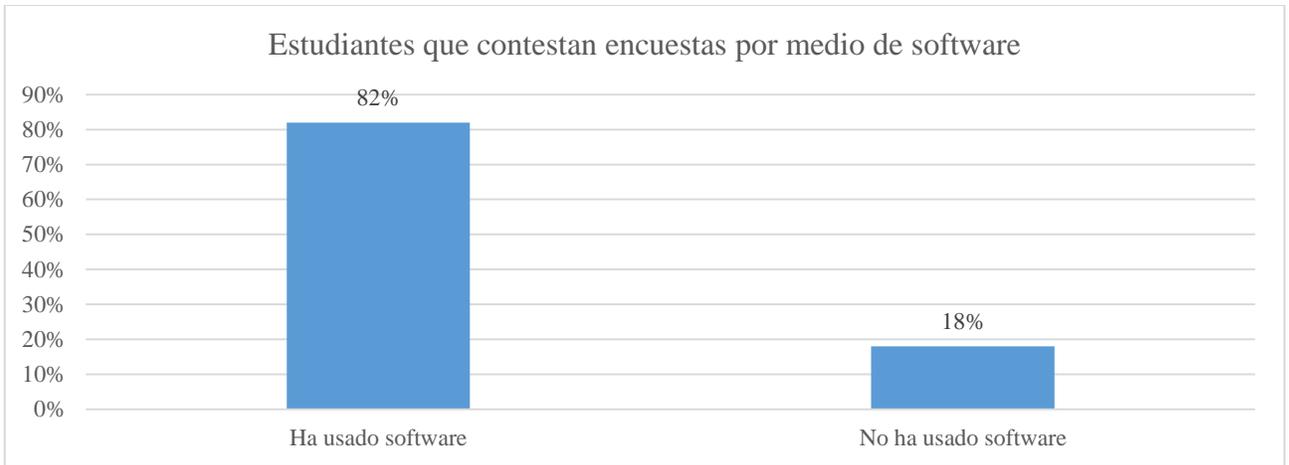


Figura 4. Estudiantes que contestan encuestas por medio de software.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los estudiantes que han utilizado software para contestar, es decir programas, páginas de internet, aplicaciones de celular entre otros, se halló un 82% de participación a estos usos, nuevamente generando una nueva unidad estratégica de negocio dentro de los estudiantes de la universidad que son encuestados.

Tabla 5  
Principales problemas para los estudiantes que han encuestado

PROBLEMA	%
Poca participación	56%
Falta de tiempo del encuestado	12%
Falta de comprensión lectora	11%
Mala actitud	8%
Dificultad para tratar temas polémicos	4%
Burlas al tema	4%
Respuestas falsas	1%
Clima negativo	1%
Respuestas ambiguas	1%
Jerarquizar las preguntas	1%

Fuente: Elaboración propia.

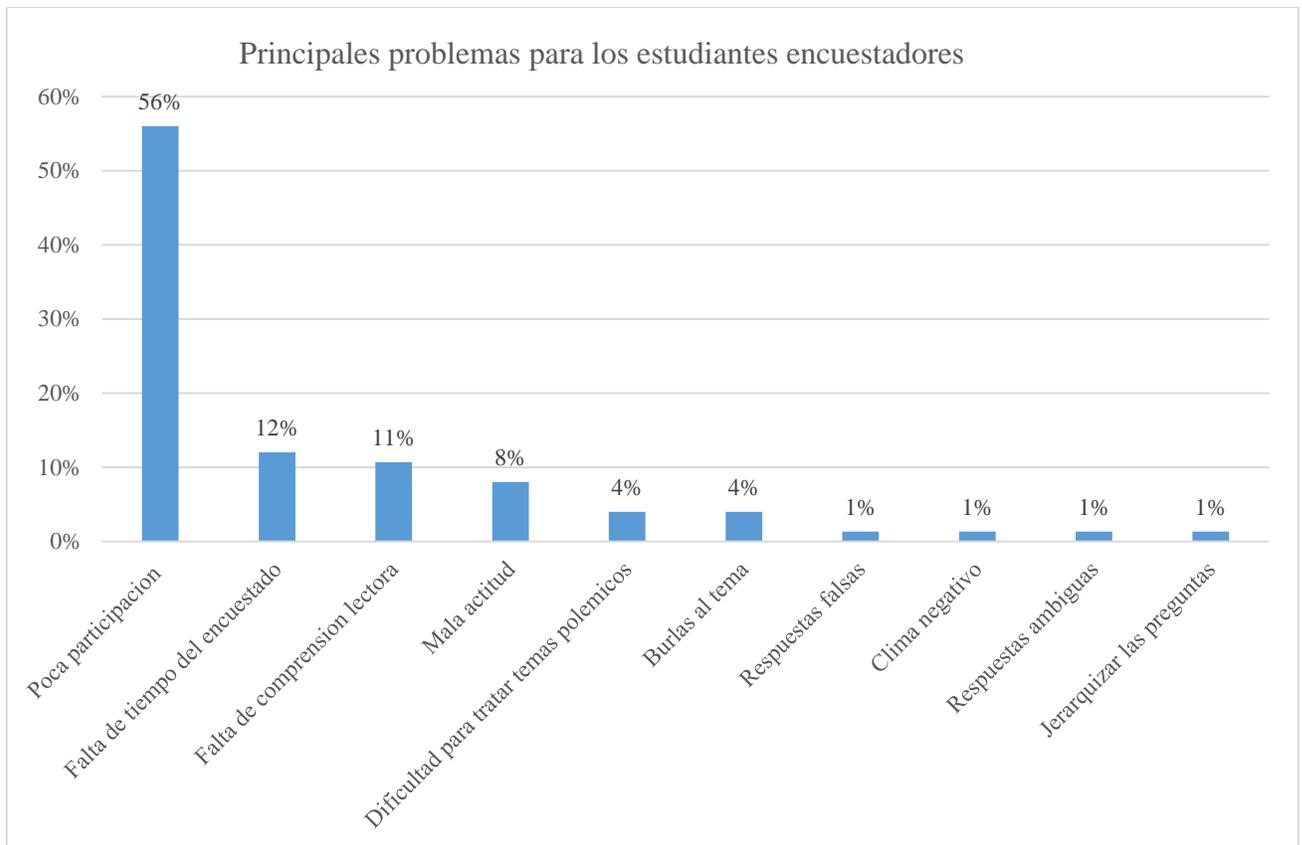


Figura 5. Principales problemas para los estudiantes encuestadores.

*Fuente:* Elaboración propia.

La imponente mayoría de los estudiantes encuestadores notan que los problemas al momento de encuestar se presentan por parte del encuestado y alejando así la culpa al encuestador o al instrumento de la encuesta; ellos proponen que los problemas se focalizan en la poca participación, la falta de tiempo que argumentan tener la muestra o problemas al momento de interpretar el documento, lo anterior representan 79% de los inconvenientes que se presentan al intentar encuestar, esto nos dice que los problemas para los encuestadores se presentan desde antes de realizar la misma encuesta, se infiere entonces que es importante mitigar las barreras que los encuestados ponen a los encuestadores.

Tabla 6  
*Factores que facilitan la solución de encuestas*

FACTORES	PORCENTAJE
Fáciles de interpretar	21,4%
Encuestas cortas	20,4%
Virtuales	16,5%
Actitud asertiva	7,8%
Uso de herramientas interactivas	4,9%
Hacer uso de medios móviles	3,9%
Temas de interés	2,9%
Hacer uso de lugares públicos	2,9%
Otorgar regalos	2,9%
Buscar lugares cómodos	2,9%
Uso de lenguaje coloquial	1,9%
uso de opciones múltiples	1,9%
Hacer uso de tecnología	1,9%
Formular preguntas abiertas	1,0%
Dinámicas visuales	1,0%
Dialogar con el entrevistado	1,0%
Sin preguntas abiertas	1,0%
Fáciles de diligenciar	1,0%
Crear lugares que promueva la realización de encuestas	1,0%
Revisar la encuesta varias ocasiones	1,0%
Conocer el tema de la encuesta	1,0%
TOTAL	100,0%

*Fuente:* Elaboración propia.

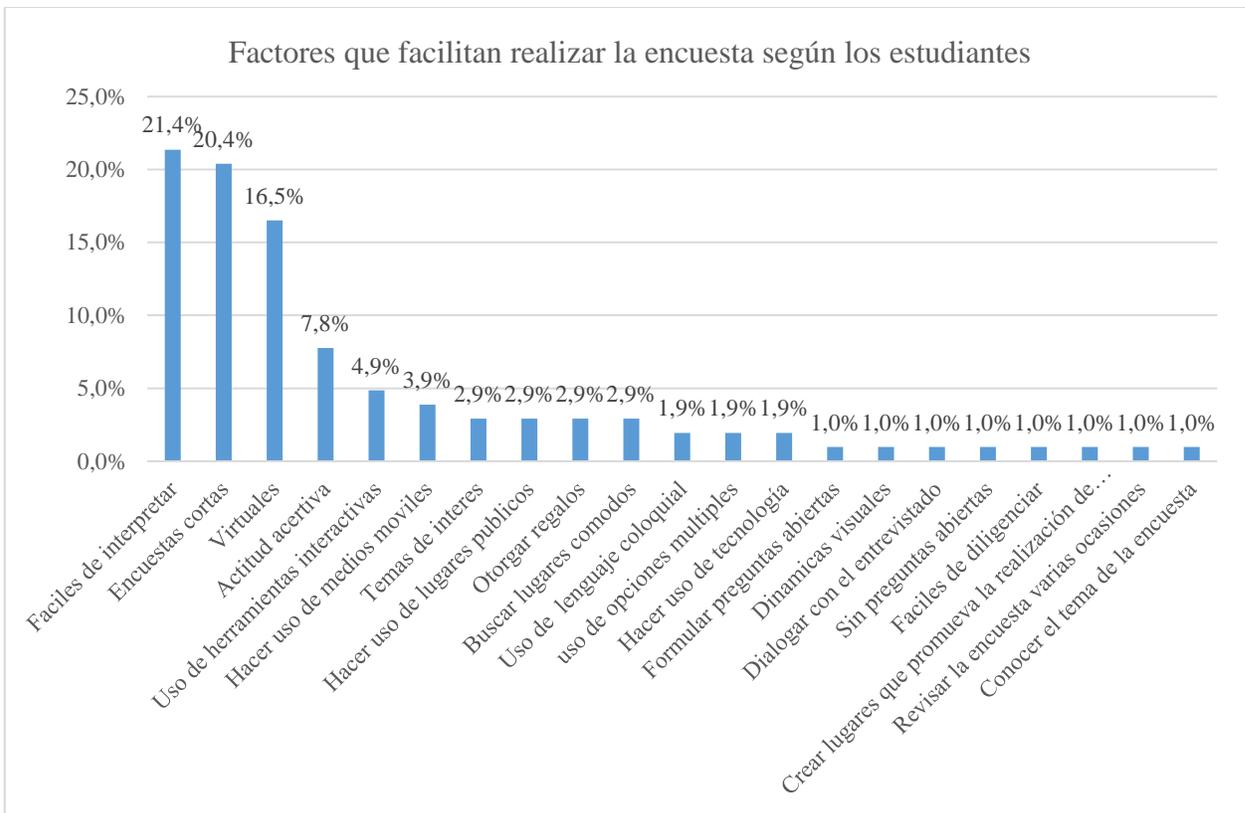


Figura 6. Factores que facilitan realizar la encuesta según los estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Los estudiantes de la Unillanos piensan que las encuestas deben ser fáciles de interpretar, factor que está relacionado con el problema encontrado en la tabla 5 donde los encuestadores afirman que los encuestados les falta comprensión lectora, esto podría significar que realmente se trata de una mala construcción de instrumento y no una malinterpretación de las preguntas por parte de la muestra.

también proponen que las encuestas sean cortas y que es mejor cuando se puede resolver de forma virtual, elementos que están relacionados con el ahorro de tiempo invertido al momento de contestar; otros factores con una participación mayor al 5% fueron la actitud del entrevistador y el uso de herramientas interactivas, otros proponen soluciones diversas que se podrían relacionar

con la micro estrategia para recolectar los datos, como la ubicación de sitios cómodos, dar regalos, usar un lenguaje adecuado etc.

Por otro lado, los factores que están relacionados con la tecnología como lo son el uso de móviles y encuestas virtuales, tienen una participación de un poco más del 20%, porcentaje importante de participación ya que nos muestra que hay un grupo de estudiantes que esperan utilizar herramientas más actuales para la realización de encuestas y por tal razón una aplicación podría satisfacer a estos estudiantes.

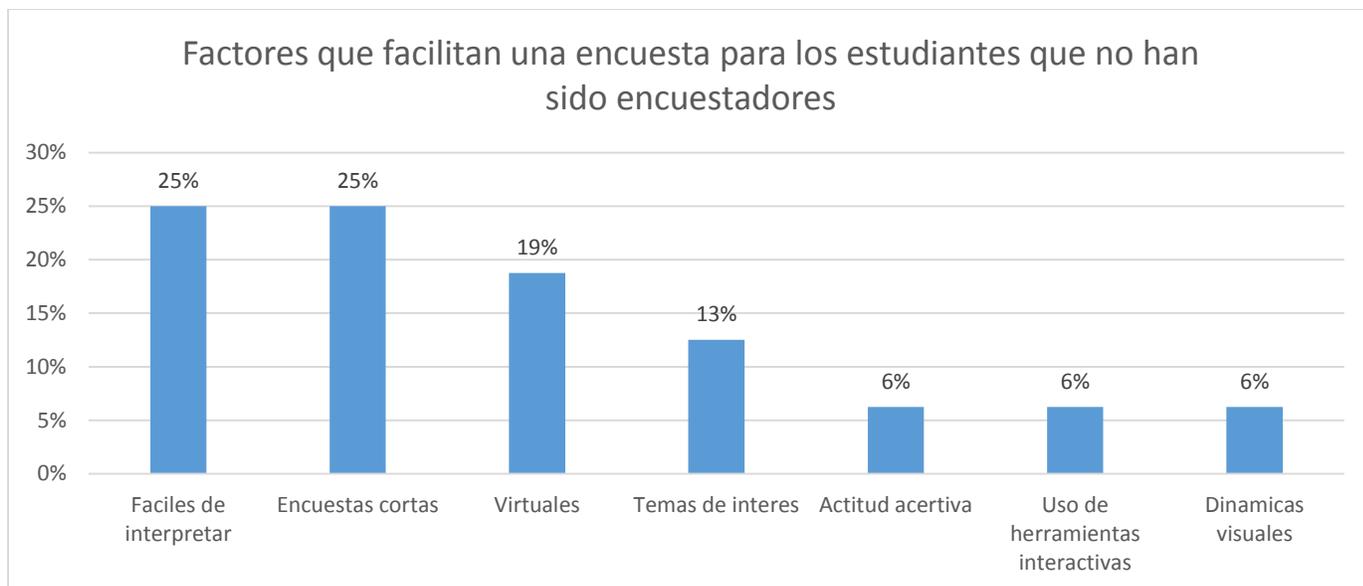
La anterior tabla evidencia a rasgos generales lo que piensan los estudiantes, sin embargo, es más informativo conocer el contexto de los entrevistados con respecto a su función dentro del proceso de una encuesta; es decir, conocer si han sido encuestadores o no y observar como esto influencia en su percepción de las soluciones.

Tabla 7

*Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que no han sido encuestados*

FACTORES	Porcentual
Fáciles de interpretar	25%
Encuestas cortas	25%
Virtuales	19%
Temas de interés	13%
Actitud asertiva	6%
Uso de herramientas interactivas	6%
Dinámicas visuales	6%

*Fuente:* Elaboración propia.



*Figura 7.* Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que no han sido encuestados.  
*Fuente:* Elaboración propia.

El porcentaje de respuesta para los estudiantes que no han realizado el rol de encuestador es mucho más prominente a factores relacionados con el documento y no tanto relacionado con el encuestador, pero la solución mayoritariamente propuesta, de hacer las encuestas fáciles de interpretar, es extrínsecos a una encuesta que ha llevado el correcto proceso de formulación, con sus debidas pruebas piloto y correcciones, por otro lado, la solución de realizar una encuesta corta; es compleja de realizar, ya que, la extensión de una encuesta está directamente relacionada con los objetivos que se desean conocer, el carácter de la investigación, la profundidad de la misma, entre otros factores, por lo que el investigador encargado de formular una encuesta no tiene mucho margen de movimiento.

Se observa que la solución que presenta un 19% de participación, realizar las encuestas de forma virtual pareciera ser más racional ya que funcionaría como herramienta de apoyo mas no influenciaría a la construcción del instrumento.

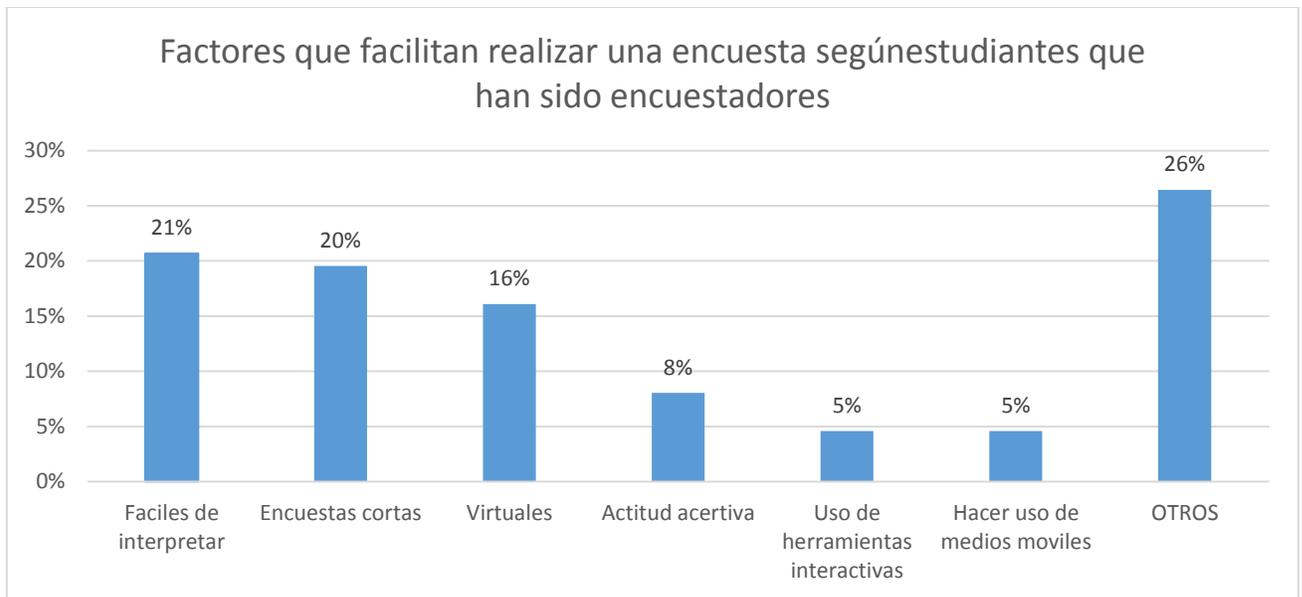
También se evidencia que los estudiantes que no han sido encuestadores no encuentran tantas soluciones como los que sí han desarrollado ese rol, siendo que de 21 soluciones propuestas por la muestra los no encuestadores solo encuentran 7.

Tabla 8

*Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que han sido encuestadores*

FACTORES	PORCENTUAL
Fáciles de interpretar	21%
Encuestas cortas	20%
Virtuales	16%
Actitud asertiva	8%
Uso de herramientas interactivas	5%
Hacer uso de medios móviles	5%
Hacer uso de lugares públicos	3%
Otorgar regalos	3%
Buscar lugares cómodos	3%
Uso de lenguaje coloquial	2%
Uso de opciones múltiples	2%
Hacer uso de tecnología	2%
Temas de interés	1%
Formular preguntas abiertas	1%
Dialogar con el entrevistado	1%
Sin preguntas abiertas	1%
Fáciles de diligenciar	1%
Crear lugares que promueva la realización de encuestas	1%
Revisar la encuesta varias ocasiones	1%
Conocer el tema de la encuesta	1%
Dinámicas visuales	0%

*Fuente:* Elaboración propia.



*Figura 8.* Factores que facilitan realizar una encuesta según estudiantes que han sido encuestadores.  
*Fuente:* Elaboración propia.

Las soluciones con mayor porcentaje de respuesta por parte de los encuestadores no varían con respecto a los no encuestadores, con lo cual las observaciones referentes a estas ya se han dicho en la tabla 6, por otro lado, es relevante destacar el 8% de respuesta que tiene la actitud por parte del encuestado que en la tabla 7 tiene menos porcentaje, esto podría significar que a los encuestados la interacción con el encuestador pasa a un segundo plano si el instrumento les parece bien redactado y corto, además que para los encuestador ha sido más fácil llegar a la muestra cuando se han mostrado con actitudes amenas.

También se observa como los estudiantes que han asumido el rol encuestadores proponen otras 14 soluciones a las encontradas en la anterior tabla 7, como el dar regalos, invitar al encuestado a lugares más cómodos, respuestas relacionadas al proceso de encuestar o reducir las respuestas abiertas o cerradas, que están más relacionadas con la redacción de la herramienta, pero, por otro lado el factor de utilizar dinámicas visuales dentro de la herramienta solo apareció en las personas que no han sido encuestadores, esto nos muestra como para los encuestados es

relevante estar inmersos dentro del acción de ser encuestados, mientras que los encuestadores podrían no haber notado mejora al usar estos métodos o nunca haberlos usado.

### **Segunda sesión, entrevista grupal a estudiantes de semestres superiores**

La segunda sesión de la investigación consistió en una entrevista grupal o focus group realizar a estudiantes que se encuentran al momento de la investigación en semestre avanzado de su carrera como octavo, noveno y décimo semestre, esto se debe a que estos estudiantes han estado en más situaciones de investigación; tanto realizándolas como participando en ellas; a lo largo de su carrera y por esto se desea conocer la opinión de ellos en situación de encuestador, encuestado, redactor además de saber que opinan de una hipotética aplicación como solución.

A continuación, se mostrará de forma resumida sus respuestas a ciertas preguntas realizadas dentro de la entrevista grupal acompañado del minuto en el cual la pregunta fue formulada.

Experiencia de los participantes que han sido encuestados.

A la pregunta, han realizado el rol de encuestados de forma tradicional los participantes respondieron que si en su totalidad (00:55).

Tabla 9  
*¿Ha realizado el rol de encuestador?*

<i>Participante 1: Sí.</i>
<i>Participante 2: Sí.</i>
<i>Participante 3: Sí.</i>
<i>Participante 4: Sí.</i>
<i>Participante 5: Sí.</i>
<i>Participante 6: Sí.</i>
<i>Participante 7: Sí.</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

A la pregunta, han contestado encuestas que no querían responder, los participantes en su totalidad respondieron que sí (01:09).

Tabla 10  
*¿Han contestado encuestas que no querían responder?*

<i>Participante 1: Sí, claro.</i>
<i>Participante 2: Sí.</i>
<i>Participante 3: Sí.</i>
<i>Participante 4: Sí.</i>
<i>Participante 5: Sí.</i>
<i>Participante 6: Sí.</i>
<i>Participante 7: Sí, claro.</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

La anterior situación nos muestra como los participantes se enfrentan algunas veces al escenario de ser encuestados, en donde asumen una postura colaborativa aun cuando en su pensamiento no es algo positivo; a este momento se le llama disonancia cognitiva, un periodo en

donde dos ideas opuestas se presenta en la mente del individuo y usualmente gana la que generaría menos problemas, por leves que sean para al individuo.

A la pregunta, de cuál es la idea negativa que pasa por su pensamiento para activar la disonancia los participantes respondieron (02:18).

Tabla 11  
*¿Cuál es la idea negativa que activa la disonancia de los participantes?*

<p><i>Participante 3:</i> Por tiempo.</p> <p><i>Participante 2:</i> No me nace.</p> <p><i>Participante 1:</i> Pereza mental.</p> <p>Participante 4: Sí el tiempo también o la extensión de la encuesta, digamos si es corta pues uno fácilmente diría sí yo la puedo contestar.</p> <p>Participante 5: El tiempo y como darles prioridad a otras cosas entonces uno sabe que hay que dedicarles tiempo a otras cosas.</p> <p>Participante 6: Yo pienso que la mayoría de las veces es por pereza.</p> <p>Participante 7: Yo pienso que es como el tema, cuando se nos hace un tema aburridor como dijo el compañero, da como pereza.</p>
--

*Fuente:* Elaboración propia.

El factor principal que los participantes dicen pensar cuando se les propone contestar una encuesta es el factor del tiempo, otros aceptan que directamente el contestar una encuesta les causa una sensación de pereza, pero que dependiendo del tema podría verse motivados a responder con más entusiasmo.

Teniendo presente lo anterior se ahondo en el factor del tiempo perdido como causa negativa dentro de la disonancia.

A la pregunta de si alguna vez han dicho que no a contestado una encuesta sin saber aún como es la encuesta de larga los participantes en su totalidad respondieron que sí (03:33).

Tabla 12  
*¿Alguna vez han dicho que no a contestar una encuesta sin saber que tan larga es?*

<i>Participante 1: Sí.</i>
<i>Participante 2: Sí.</i>
<i>Participante 3: Sí.</i>
<i>Participante 4: Sí.</i>
<i>Participante 5: Sí.</i>
<i>Participante 6: Sí.</i>
<i>Participante 7: Sí.</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes aceptan que aun sin saber la duración de la encuesta se han negado a responder, esto puede significar que la percepción de gastar tiempo en contestar encuestas es fuerte, aunque la encuesta tenga una duración mínima o puede significar que el tiempo es una excusa psicológica para evitar la encuesta; en cualquiera de los casos el minimizar esa percepción de gasto de tiempo es vital para mejorar el rendimiento del instrumento dentro de la investigación.

A la pregunta, de si alguna vez han contestado encuestas por medios electrónicos los participantes respondieron en su totalidad que sí (03:55).

Tabla 13  
*¿Alguna vez han contestado encuestas por medios electrónicos?*

<i>Participante 1: Si.</i>
<i>Participante 2: Asiente.</i>
<i>Participante 4: Asiente</i>
<i>Participante 5: Asiente</i>
<i>Participante 6: Si.</i>
<i>Participante 7: Si.</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

A la pregunta de, si se enfrentan a la misma disonancia, los participantes respondieron (04:46).

Tabla 14  
*¿Se enfrentan a la misma disonancia?*

<i>Participante 4: Pues si, por el tema.</i>
<i>Participante 7: Ya uno lo hace porque le gusta</i>
<i>Participante 5: Por el favor</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

Aunque de forma difusa, los participantes parecen afirmar que disonancia se reduce, principalmente el participante 7 que afirma que cuando la situación es así lo hace por gusto y el participante 4, que menciona que las responde porque el tema le parece interesante.

Esto demuestra que al realizar encuestas de forma electrónica las respuestas tienen una mayor probabilidad de tener respuestas fieles, ya que los encuestados se sienten más cómodos, pero no demuestra que exista un mayor margen de participación.

A la pregunta, sobre si han redactado una encuesta los participantes respondieron (05:18).

Tabla 15  
*¿Han redactado una encuesta?*

<p><i>Participante 3:</i> Sí.</p> <p><i>Participante 4:</i> Formulación no.</p> <p><i>Participante 5:</i> Sí.</p> <p><i>Participante 1:</i> Yo si</p> <p><i>Participante 7:</i> Sí.</p>
---

*Fuente:* Elaboración propia.

A la pregunta, de si fue fácil o difícil redactar la encuesta, los participantes respondieron (05:28).

Tabla 16  
*¿Fue fácil o difícil redactar una encuesta?*

<p><i>Participante 3:</i> En mi caso era totalmente diferente a lo que estudio, era sobre veterinaria, pero creo que bien.</p> <p><i>Participante 1:</i> Fácil, aunque toca saber hacer las preguntas para no fallar</p> <p><i>Participante 7:</i> formular las preguntas de tal forma que para las personas sean fáciles de entenderlas</p> <p><i>Participante 5:</i> Si también, como lo más complicado es formular las preguntas y que sean aprobadas, en</p>
--

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes no parecen tener problemas al momento de redactar la encuesta porque lo que podría significar que es un problema que no debe tener mucha prioridad a ser solucionado por la aplicación para los mercados de investigadores jóvenes o inexpertos.

A la pregunta, han tabulado y graficado una encuesta, los participantes respondieron (08:13).

Tabla 17  
*¿Han tabulado y graficado una encuesta?*

<i>Participante 1: No.</i>
<i>Participante 2: No.</i>
<i>Participante 3: No.</i>
<i>Participante 4: No.</i>
<i>Participante 5: Sí.</i>
<i>Participante 6: No.</i>
<i>Participante 7: Sí.</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

A la pregunta de, cuál fue la dificultad de hacerlo, los participantes respondieron (8:28).

Tabla 18  
*¿Fue difícil tabular y graficar?*

<i>Participante 5: No es tan fácil porque leer cada pregunta y responder la A tanto, la B tanto y después hacer las gráficas, eso es muy tedioso.</i>
<i>Participante 7: Si digamos que el manejo de la información y depende también de la cantidad de encuestas.</i>

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes que han sido encargados de tratar los datos, concuerdan con que es una tarea dispendiosa, por lo que este parece ser un problema en el cual se puede focalizar la atención de crear una aplicación.

A la pregunta, que programa usaron para el tratamiento de los datos, los participantes respondieron (08:49).

Tabla 19  
*¿Qué programa usaron para el tratamiento de los datos?*

<i>Participante 5:</i> Excel.
<i>Participante 7:</i> Excel.

*Fuente:* Elaboración Propia.

A la pregunta, el programa facilito el trabajo de tabulación, los participantes respondieron (08:59).

Tabla 20  
*¿El programa les facilito el trabajo de tabulación?*

<i>Participante 5:</i> A la hora de diligenciar como tal cuantas se hacen, no porque pues a uno le toca una por una pero ya para hacer las gráficas si es fácil ya cuando uno tiene todos los datos.
<i>Moderador:</i> ¿Es decir que la tabulación es difícil y la graficación es fácil?
<i>Participante 5:</i> Si
<i>Participante 7:</i> Sí.

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes no parecen tener problemas para mostrar los datos, pero si presentan problemas al momento de ingresarlos como base de datos dentro del programa, por lo que podría ser un problema a fijarse de crear una aplicación.

A la pregunta, si existiera una aplicación que permitiera enviar las encuestas al correo o similar, cree usted que disminuiría el porcentaje de negación, los participantes respondieron (13:36).

Tabla 21

*¿Si existiera una App que permitiera enviar las encuestas al correo, disminuiría el % de negación?*

<p><i>Participante 7: Claro.</i></p> <p><i>Participante 2: Sí.</i></p> <p><i>Participante 4. Sí.</i></p> <p><i>Participante 5: Sí.</i></p> <p><i>Participante 1: Sí.</i></p>
--

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes parecen estar de acuerdo en que contestar una encuesta en donde el encuestado le apetezca podría disminuir la disonancia y aumentar la probabilidad de respuesta por parte de la muestra.

A la pregunta, que debería tener una aplicación que facilite el proceso de realizar encuestas, los participantes respondieron (14:13).

Tabla 22

*¿Qué debería tener una App que facilite el proceso de realizar encuestas?*

<p><i>Participante 6: Debería tener algún beneficio mensual.</i></p> <p><i>Participante 3: Algo así como puntos, puntos redimibles.</i></p> <p><i>Participante 4: No desea opinar.</i></p> <p><i>Participante 5: Que sea agradable</i></p> <p><i>Participante 1: La gente es perezosa para descargar una aplicación solo para eso.</i></p>
--

*Fuente:* Elaboración propia.

Algunos participantes concuerdan en que es necesario premiar a aquellos encuestados que respondan las encuestas, además proponen que debe ser una plataforma con una interfaz amigable y por ultimo llegan a la conclusión de que es difícil motivar a la gente descargar este tipo de aplicaciones para contestar encuesta.

Dado que todos los comentarios brindados parecen ser muy acertados se profundiza en el tema con una las siguientes preguntas.

A la pregunta, si se dieran premios en aplicaciones de uso masivo como juegos tipo Candy Crush, Crash Royal, plataformas de música como Spotify u otras, del tipo vidas o remuneración en música, cree que motivaría la participación en la encuesta, los participantes respondieron (16:00).

Tabla 23

*¿Si hubiese un beneficio en Apps de uso masivo como Candy crush, cree que motivaría la participación en la encuesta?*

*Participante 6:* Sí, si la encuesta es corta sí lo haría.

*Participante7:* Sí.

*Participante1:* No juego eso, pero si me gustaría.

*Participante 2:* Sí.

*Participante 3:* Sí.

*Participante 4:* Asiente.

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes parecen estar de acuerdo con que es un método adecuado para atraer a los encuestados, por otro los participantes son jóvenes entre los 20 y 25 años, jóvenes que usan dichas aplicaciones y esta solución podría ser solo viable entre este segmento, por lo que, aunque

parece ser una solución eficiente, habría encontrar otros métodos de atracción para diversos tipos de mercados.

A la pregunta, si esta App existiera que funciones les gustaría que tuviera, los participantes respondieron (23:52).

*Tabla 24*  
*¿Sí esta App existiera que funciones le gustaría que tuviera?*

<p><i>Sujeto 7:</i> Pues realmente va a lo mismo en que primero uno puede tener una pregunta o el tema en la cabeza pero realmente uno no sabe cómo expresarlo, cómo formular la pregunta.</p> <p><i>Moderador:</i> De pronto una función que le ayude a usted a buscar verbos.</p> <p><i>Sujeto 6:</i> Debería tener accesibilidad para personas con discapacidad y lo otro es que si hay preguntas abiertas que haya una manera de acortar las respuestas, digamos respuestas de selección para que sea más fácil de darles a elegir.</p> <p><i>Sujeto 5:</i> Que sea gráfica, que no sea aburrida, que si hay una pregunta maneje buenos colores, que sea visual.</p> <p><i>Sujeto 2:</i> Que tenga plantillas de preguntas.</p> <p><i>Sujeto 4:</i> Aunque uno sabe que hay mucha información necesaria, pero de pronto unir varias preguntas en una sola como algo más sintetizado.</p> <p><i>Sujeto 3:</i> Por ejemplo, yo hago unas encuestas de una página de deportes y al final le da a uno los resultados y es “chévere”, siempre al final de cada pregunta muestran los resultados de la cantidad de personas que escogió tal opción.</p>
---

*Fuente:* Elaboración Propia.

Estas respuestas brindaron algunas posibles soluciones a problemas que se encontraron en la primera sesión de la investigación, como la falta de comprensión lectora, que podría ser culpa del encuestado o mala redacción del encuestador, también aporta ideas de inclusión dentro de la

muestra, situación que permite a las personas sentirse parte de un grupo, como la de permitir ver en qué porcentaje de las respuestas se encuentran, pero nuevamente estas funcionalidades podrían ser solos eficientes en un mercado de jóvenes, por lo que es necesario profundizar en nuevos segmentos.

A la pregunta, usarían esta aplicación si existiera, los participantes respondieron (27:12).

Tabla 25  
*¿Usarían esta App si existiera?*

<p><i>Participante 6:</i> Sí.</p> <p><i>Participante 7:</i> Claro que sí.</p> <p><i>Participante 1:</i> Como institución sí.</p> <p><i>Participante 3:</i> Sí, si me trae un beneficio y me la recomiendan.</p> <p><i>Participante 4:</i> Sí</p> <p><i>Participante 5:</i> Sí.</p> <p><i>Participante 2:</i> Sí.</p>
--

*Fuente:* Elaboración propia.

Los participantes están de acuerdo en que de existir una aplicación que resuelva esos problemas la usarían.

## **Tercera sesión, Análisis entrevista individual a docentes pertenecientes a grupos de investigación**

### **Con respecto al tema de utilizar la encuesta como herramienta de recolección de datos**

Basados en las respuestas de los docentes podemos afirmar que el uso de las encuestas como principal herramienta de recolección de datos tiene un alto índice de uso, ya que según ellos lo utilizan entre un 50% a un 80% en sus investigaciones, sobrepasando otras herramientas de recolección de datos como la entrevista, focus group o la observación directa, entre otros; también se encontró que para algunos docentes es importante las observaciones que el encuestador realiza sobre el encuestado, ya que estos pueden proporcionar información cualitativa que no se había planteado dentro de la encuesta como comportamiento, manías, patrones de conducta; por otro lado la otra parte de los docentes consideran que las interpretaciones individuales de cada encuestador cargan de subjetividad los resultados y que por tal razón la encuesta debe funcionar por si sola al momento de recolectar los datos (Docente 1, pág. 69; Docente 2, página 77; Docente 3 pág. 82; Docente 5, pág. 102; Docente 6 pág. 116; 125-126, entrevista personal del apéndice B).

### **Con respecto a la experiencia al momento de redactar una encuesta.**

La mayoría de los Docentes concuerdan en que realizar la prueba piloto es un paso fundamental al momento de redactar una encuesta, ellos afirman que la prueba piloto facilita en gran medida la comprensión del instrumento por parte del encuestado hacia las preguntas, ya que permite realizar una selección de palabras adecuadas para la muestra y también ayuda a descartar preguntas que no aportan datos relevantes hacia los objetivos de la investigación, por otro lado, algunos de los docentes afirman y otros dejan ver que para ellos este proceso puede consumir gran parte del tiempo de la construcción de la encuesta, esto se debe a lo dispendioso que puede

ser realizar una elección de un lenguaje adecuado, a disminuir el porcentaje de preguntas que no generan respuestas cerradas; como preguntas abiertas o preguntas con rangos; y minimizar las preguntas que generan respuestas socialmente aceptadas, que modifican la veracidad de la respuesta (Docente 1, pág. 70; Docente 2, pág. 77; Docente 3, pág. 83; Docente 4, 94; Docente 5 págs. 109, 111, 115; Docente 6, págs.. 122-123 entrevista personal del apéndice B).

También los Docentes están de acuerdo en que las encuestas deben focalizarse en la redacción de preguntas cerradas, ya que de otra forma los datos se empapan de subjetividad (Docente 5, 125; Docente 5, pág. 116, entrevista personal del apéndice B).

### **Con respeto a la experiencia de tabular y graficar los datos.**

Los docentes que tocaron el tema de tabular sus datos afirman que es dispendioso el realizar esta tarea, ya que algunos afirman preferir pagar para realizar este trabajo y otros afirman que incorporar los datos a las herramientas de análisis lleva mucho tiempo (Docente 2 pág. 78; Docente 3, pág. 84, entrevista personal del apéndice B).

### **Con respeto a los problemas que ha tenido utilizando la herramienta.**

Los problemas más frecuentes que se encuentran los profesores están relacionados con la comprensión lectora del encuestado, que al interpretar mal la forma de contestar o lo que se necesita conocer, responde con datos irrelevantes para la investigación, también hablan del problema que hay al tocar temas relacionados con ideológicas, posicionamientos políticos o religión, dado que la muestra tiene a negarse más para contestar. Por ultimo nuevamente se evidencia el problema de las preguntas abiertas, que generan mucha información, pero difícil de condensar lo que promueve que se invierta tiempo en la creación de un método que contrarreste esta carga de trabajo a los investigadores (Docente 1, pág. 70; Docente 2, pág. 77; Docente 3, pág. 87; Docente 6, págs. 124-125, entrevista personal del apéndice B).

**Con respecto a la utilización de herramientas de encuesta por medio de software, si lo han usado o no y experiencia al usarlas.**

En cuanto al uso de herramientas de encuestas por medio de software, la mayoría de los profesores si las han utilizado en alguna de sus investigaciones y los que no la han utilizado afirman que siempre han querido intentarlo; se evidencio que para los profesores fue más cómodo muchas de las funciones que implican el uso de la herramienta, sobre todo el hecho del manejo de los datos tabulados, ya que las herramientas enviaban los resultados listos para analizar, también se mencionó el tema de la reducción del papel que no solo reduce costos si no que favorece al medio ambiente y además están de acuerdo en que la percepción del tiempo para el encuestado es menor comparado con la encuestas tradicionales (Docente 1, pág. 72; Docente 2, pág. 78; Docente 3, pág. 85; Docente 4, pág. 96; Docente 6, pág. 126, entrevista personal del apéndice B).

Se evidencio que la herramienta de software que más utilizan los profesores es google docs, pero profundizan en que les gusta utilizar la herramienta si la encuesta va a ser corta y que existen algunas variables que no permite este mecanismo fijar, también mostró como esa herramienta solo tiene la capacidad de llegar a un número limitado de la muestra (Docente 1, pág. 72; Docente 2, pág. 79; Docente 5, pág. 119; docente 6, págs. 126 y 128, entrevista personal del apéndice B).

Por otro lado, al hablar de herramientas con las que se hacen encuestas por medio de software pero no de forma virtual si no de forma presencial, se encontró que en su totalidad facilito todo el trabajo con respecto a la interpretación de le encuesta, el marcado de le encuesta, el seguimiento del encuestador y el análisis de los resultados (Docente 4, pág. 96, entrevista personal del apéndice B).

**Con respecto a opciones que le gustaría encontrar en un software/Aplicación que facilite su trabajo.**

Algunas funciones que los docentes investigadores encontrarían útiles en una aplicación que facilite el uso de las encuestas como herramienta de recolección de datos fueron:

- La capacidad de editar, modificar o moldear la variable al momento de manejar los datos, esto se debe a que a veces se utiliza un lenguaje menos teórico para facilitar las preguntas, pero al momento de realizar los análisis y conclusiones el uso del lenguaje es adecuado para presentar los resultados (Docente 1, pág. 71, entrevista personal del apéndice B).
- La existencia de plantillas prediseñadas tanto de estilos de pregunta, como abiertas, cerradas, selección múltiple; también de tipos de investigación, como, decisión de voto, percepción de marca, nivel de satisfacción, servicio al cliente... entre otros, también por la información que suministra la pregunta, como, preguntas que midan la comodidad, preguntas que midan el valor agregado (Docente 5, pág., 103, entrevista personal del apéndice B).
- La realización de las pruebas piloto, ayudándole a buscar un número limitado de su muestra, promoviendo la retro alimentación por parte del encuestado (docente 5, pág. 108, entrevista personal del apéndice B).
- Una función que permita contestar por medio de audios, para que el encuestado invierta menos tiempo en la pregunta abierta y encuestador pueda escuchar, sabiendo el tono de la respuesta al encuestado (docente 1, pág. 73, entrevista personal del apéndice B).

- Que la aplicación ayude en la recolección de datos históricos de investigaciones o autores que toquen temas relacionados (Docente 5, pág. 112-114, entrevista personal del apéndice B).
- Que la aplicación permita correlacionar preguntas, para recibir los datos más útiles de forma inmediata (Docente 1, pág. 75, entrevista personal del apéndice B).
- Que la aplicación permita la inclusión de etiquetas de valor por parte de investigador, también podría sugerirlas según investigaciones anteriores, para facilitar la lectura de los datos, principalmente en preguntas abiertas (Docente 6, pág. 118, entrevista personal del apéndice B).
- Que la aplicación permita identificar de la densidad de las palabras, es decir, el encontrar las palabras más mencionadas por los encuestados, para facilitar la lectura de los resultados (Docente 6, pág. 124, entrevista personal del apéndice B).
- Que la aplicación tenga un amplio abanico de escalas de medición que para sugerir al investigador (Docente 5, pág. 108, entrevista personal del apéndice B).
- Que la aplicación permita agregar una explicación más exacta de cada pregunta Docente 3, pág. 92, entrevista personal del apéndice B).
- Que la aplicación permita hacer seguimiento del encuestador encargado (Docente 2, pág. 81, entrevista personal del apéndice B).

**Con respecto a las funciones que proponen los investigadores.**

Tabla 26  
*¿Utilidad de las funciones propuestas por los investigadores para la App?*

<b>Funciones / Docentes</b>	Docente 1	Docente 2	Docente 3	Docente 4	Docente 5
Tiene plantillas para diferentes tipos de preguntas	Útil	Útil	Útil	Útil	-----
Sugiere verbos y sinónimos al momento de redactar	Útil	Útil	Útil	Útil	Útil
Permite condicionar preguntas a otras respuestas	Útil	Útil	Útil	Útil	-----
Permite realizar la encuesta en casa	Útil	Útil	Útil	Útil	Útil
Permite realizar la encuesta en persona	Útil	Útil	Útil	Útil	-----
Envía resultados básicos en forma de gráfica y tabla a un correo electrónico	Útil	Útil	Útil	Útil	Útil
Permite compartir la encuesta en diversas redes sociales	Útil	Inútil	Útil	Inútil	-----
Podría contar con métodos para buscar su población y enviar la encuesta directamente.	Útil	Útil	Útil	Útil	-----
Notas de audio	NA	Inútil	Útil	---	-----
Correlacionar datos.	NA	Útil	Útil	Útil	Útil
Tenga un modo para identificar el entrevistador encargado	NA	-----	Útil	Útil	Útil
Poder colocar etiquetas en algunas preguntas	NA	NA	-----	Útil	-----
Permite realizar prueba piloto	NA	NA	NA	Útil	Útil
Feedback, comentarios en las pruebas piloto	NA	NA	NA	Útil	Útil
Agregar explicaciones breves a las preguntas	NA	NA	NA	Útil	Inútil

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de docentes encuentran útiles las funciones básicas pensadas para el desarrollo de la aplicación, habiendo solo algunas excepciones en la capacidad de compartir las encuestas en redes sociales porque el docente dice que no utiliza estas plataformas, también a la función propuesta por otro docente de agregar explicaciones a la pregunta, ya que otro docente argumenta que si se debe explicar las preguntas es que está mal redactada, por otro lado las notas de audio el docente afirma que podría dar paso a respuestas largas pero con poca profundidad en la respuesta y además dificultaría la tabulación de los datos.

Pero en su mayoría los profesores están de acuerdo en que las funciones propuestas son eficientes para los investigadores.

**Con respecto a si usaría y recomendaría o no la herramienta propuesta.**

Todos los docentes encuentran que de existir una aplicación que facilite el uso de la herramienta de la encuesta para las investigaciones, que cuente con las funciones discutidas dentro de las entrevistas, la recomendarían y la usarían en sus investigaciones, ya que la encuentran útil, porque reduce la carga de trabajo, facilita el análisis de los datos, promueve la investigación que relacionan al encuestador con encuestado y las que no (Docente 1, pág. 76; Docente 2, pág. 81; Docente 3, pág., 90; Docente 4, pág. 101, Docente 5, pág. 121, Docente 6, pág. 131, entrevista personal del apéndice B).

## Conclusiones

- Los problemas a resolver que facilitarían al encuestador recolectar datos están más implicados al nivel de respuesta y aceptación por parte de la muestra, tal y como afirmaba Mainar en 2006 en su análisis de la problemática en el desarrollo de campo en investigación de mercados, también se concluye que para los encuestadores los problemas no se relacionan con la elaboración apropiada del instrumento, lo más relevantes fueron:
- La falta de participación por parte de la muestra; los encuestadores argumentaban que la muestra se niega a participar en encuestas, aun sin saber el tema, la duración o el tipo de preguntas, siendo que, en algunos momentos, directamente argumentaban no tener tiempo para contestar el cuestionario, también se encontró que según el tema de investigación principalmente de carácter político, económico, social o religioso, la muestra según los encuestadores es más propensa a la negación
  - Falta de comprensión lectora; se evidencio el problema que se genera cuando la encuesta no está redactada de la forma correcta, siendo que los encuestados comente dos errores principalmente, interpretan de forma errónea la información que se les pide o interpretan de forma errónea la manera de contestar, en ambos casos la información mal suministrada afecta a toda la encuesta dificultando todo el proceso, si este problema se presenta en una amplia cantidad de la muestra se debe a que la prueba piloto ha sido mal realizada, por otro lado si este problema ocurre en algunos casos el problema radica realmente en la comprensión lectora de encuestado.
  - Mala actitud; haciendo referencia a que el encuestado directamente no quería que lo involucraran en la encuesta haciéndolo notar de una forma poco educada

- Los factores que facilitan el responder una encuesta están relacionados con el mínimo consumo del tiempo en su mayoría y fueron:
- Que las encuestas sean fáciles de interpretar, para los encuestados es importante que la encuesta no lo obligue a preguntarle al encuestador, esto está directamente ligado con la percepción de dificultad de la pregunta y cosa que aumenta el gasto de tiempo promedio.
  - Que las encuestas sean cortas, para los encuestados es importante que la encuesta sea corta, lo que claramente es solo una declaración de que desean no gastar mucho tiempo, pero, la prolongación de una encuesta está directamente relacionada con los objetivos que se desean conocer y no entra a discusión por parte del investigador la cantidad de preguntas.
  - Que las encuestas sean virtuales, los encuestados evidencia que para ellos responder encuestas virtuales les genera una mejor percepción que las encuestas tradicionales, lo que nuevamente puede significar que perciben menor el gasto de tiempo, esto está en consonancia con lo encontrado por Suarez, García y Alvares en su investigación sobre mercados a través de encuestas online hecha en 2009
  - Otros factores que se encontraron en menor medida fue el de utilizar métodos más interactivos, siendo que las interacciones consumidor cuestionario tiene un mayor grado de interés en encuestas virtuales como lo mencionan Suarez, García y Álvarez en su investigación, también se menciona elección de un lugar cómodo que facilite al encuestado otorgar respuestas útiles, este factor también es mencionado por Díaz de Rada en su investigación sobre problemas de representatividad en encuestas, otros factores como tener un buen clima y dar regalos también aparecen dentro de los propuestos por los encuestadores

- Al momento de encontrar un método de propagación de las encuestas eficiente y bajo la premisa de que se iba a utilizar una aplicación se encontró que el uso de software es un método efectivo para atraer parte de la muestra a contestar la pregunta y que de ser así debe existir la opción de contestar de forma virtual y de forma presencial, esto se debe a que algunos investigadores les gusta las observaciones de sus encuestadores y a otros no, también a que según la muestra a estudiar que requiera la investigación un método puede ser más efectivo que otro, así se evidencio que la muestras jóvenes tiene interés en contestar encuestas cuando hay un regalo de por medio y se llegó a la solución de generar premios para los encuestados dentro de otras de sus aplicaciones favoritas, como vidas en sus video juegos o música para spotify, en donde los jóvenes parecieron estar de acuerdo en que con este método aumentaría su ratio de participación; por otro lado también se notó que para los encuestados de otro tipo de muestras era más sencillo contestar a un encuestador cuando las respuestas se diligenciaban directamente en software de encuestas.
- Los participantes de la investigación encontraron que muchas de las funciones propuestas para la aplicación son útiles y facilitarían el uso de la encuesta, algunos aportaron más funciones que mejorarían la aplicación para los investigadores experimentados y otros mencionaban que en su caso particular no era funcional alguna función pero que para otros investigadores podría ser que sí lo fuera.
- Algunas de las funciones que se propusieron para el mejoramiento de la herramienta fueron.
  - La incorporación de todo tipo de plantillas que faciliten la elección de preguntas, temas para investigar o tipos de variables, entre otros.
  - La retroalimentación entre investigadores
  - La función de generar pruebas pilotos

- La función de etiquetar las preguntas abiertas
  - La función de medir la densidad de la palabra dentro de la encuesta
  - Incluir notas de voz
  - Realizar un seguimiento de los encuestadores encargados
  - La posibilidad de correlacionar respuestas
- La cantidad de funciones que proponen demuestra que dentro conglomerado de investigadores hace falta herramientas que reduzcan la carga laboral detrás de las investigaciones y que de existir una aplicación que cumpla esta promesa de valor, la utilizarían.
- Al objetivo general, de si esta aplicación sería viable, la respuesta es sí, la aplicación tiene gran cabida dentro del gremio de la investigación tanto para estudiantes que realizan sus primeros pasos como investigadores, hasta para investigadores con experiencia, esto se evidencio en sus entrevistas donde declaraban que efectivamente el tener una aplicación con las características propuestas les sería de gran utilidad ya mitigaba la carga de trabajo en diferentes partes del proceso del uso de la herramienta como la construcción, la tabulación y facilitación del análisis por medio escalas de medición eficientes.
- Esto de también abre camino pensar en no solo una aplicación, si no todo un ecosistema relacionado con la investigación, como páginas de internet, software para computador o asociación con otras apps, que mejorarían la experiencia de los investigadores.

## Bibliografía

*El observatorio de la universidad Colombiana.* (2015). Obtenido de El observatorio de la universidad Colombiana: <http://www.universidad.edu.co/index.php/indicadores-de-la-u-mainmenu-11/grupos-investigacion-programas-snies-mainmenu-194>

*The World Bank.* (2015). Recuperado el 2017, de <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.CEL.SETS.P2>

Científicos también critican recorte de presupuesto para 2018. (14 de agosto de 2017). *El Espectador.*

Camacho, C., Prado, C., Romero, B., & Valera, S. (2000). ¿Cómo hacen encuestas los encuestadores? *Metodología de las encuestas*, 2(1), 117-133.

Castro., J.

N. (2010). *Investigación integral de mercados.* Mc Graw Hill.

Cord. Ana Isabel Extremeño. (2001). Interfaces de usuario: diseño de la visualización de la información como medio de mejorar la gestión del conocimiento y los resultados obtenidos por el usuario. *v congreso isko España.* Alcalá de Henares.

Jany, J. N. (2009). Investigación integral de Mercados, Avances para un nuevo milenio. En J. N. Jany, *Investigación integral de Mercados, Avances para un nuevo milenio* (págs. 7, 52, 418 - 419, 139 - 140).

Mainar Causapé, A. J., & Grilló Méndez, A. J. (2006). Problemática en el desarrollo del trabajo de campo en investigación de mercados: Orígenes y soluciones. *metodología de las encuestas*, 8, 17-21.

- Mora, C. H. (2010). *Consumiendo. Introducción al consumo y al consumidor colombiano*. Afaomega.
- Mora, M. E. (2006). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: Cengage Learning.
- rada, v. d. (2004). *Problemas de representatividad en las encuestas*. pamplona, pamplona: papers 74.
- Redacción Vivir. (7 de Junio de 2016). Las 10 universidades colombianas con más grupos de investigación. *El espectador*.
- Relación Grupos de Investigación Reconocidos Vs. Programas reconocidos por IES*. (s.f.). Recuperado el 2017, de El observatorio de la Universidad Colombiana: <http://www.universidad.edu.co/index.php/indicadores-de-la-u-mainmenu-11/grupos-investigacion-programas-snies-mainmenu-194>
- Romo, H. L. (1998). La metodología de la encuesta. En J. G. cáceres, *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (págs. 33-74). México: S.A. ALHAMBRA.
- Suárez Vázquez, A., García Rodríguez, N., & Álvarez Álvarez, B. (Diciembre de 2009). La interactividad en cuestionarios autoadministrados. Influencia en la experiencia del encuestado. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 12, 69-92.
- Torrecilla, F. J. (2006). *Cuestionarios y escalas de actitudes*. Madrid: Universidad Autonoma de Madrid.
- V., J. S. (31 de julio de 2017). Presupuesto de 2018, con alto gasto y poca inversión. *El Espectador*.

## **Apéndice A: Transcripción Focus Group a estudiantes de semestres superiores**

*Introducción Moderador:* Buenos días muchachos quiero agradecerles por acompañarnos este día, sus aportes son muy importantes para el desarrollo de esta investigación.

Estoy promoviendo una aplicación que realice los datos de encuestas simples, entonces vamos a debatir en poco sobre este tema de encuestas de desde los 3 aspectos de: Contestar encuestas, realizar encuestas, tabular encuestas y ese tipo de cosas, entonces vamos a la primera pregunta;

Moderador: ¿Han contestado alguna vez una encuesta tradicional (de hoja y papel)?

- Participante 1: Sí.
- Participante 2: Sí.
- Participante 3: Sí.
- Participante 4: Sí.
- Participante 5: Sí.
- Participante 6: Sí.
- Participante 7: Sí.

Moderador: ¿Alguna vez han contestado alguna encuesta que no hayan querido contestar?

- Participante 1: Sí, claro.
- Participante 2: Sí.
- Participante 3: Sí.
- Participante 4: Sí.
- Participante 5: Sí.

- Participante 6: Sí.
- Participante 7: Sí, claro.

Moderador: Esa situación que ya explico la compañera se llama Disonancia cognitiva, ¿han escuchado hablar de la Disonancia cognitiva alguna vez?, la disonancia cognitiva es una situación mental en donde dos ideas opuestas se enfrentan, el caso más cotidiano es el de una persona de la calle que le pide monedas, “él llega me regala una moneda y aunque Ud. piensa no, no se la quiero dar, se la da; o alguno de los que tienen carro y le echan agua en el vidrio y no quiere que se lo laven pero al final lo permite, ésta es la disonancia cognitiva, cuando una idea del no y si se enfrentan y gana una eso ocurre con la encuestas y muchas otras cosas , entonces yo quisiera saber :

Moderador: ¿Cuál es el factor importante que afecta su disonancia, porqué ustedes querían decir que no cuando les quisieron realizar la encuesta, porqué a pesar de que la encuesta no es algo muy complicado de hacer, porqué uno quiere decir que no?

- Participante 3: Por tiempo.
- Participante 2: No me nace.
- Participante 1: Pereza mental.
- Participante 3: Yo me acuerdo que me ha sucedió varias veces con política, como de partidos; Moderador: no comparte la idea.
- Participante 3: ósea si fuese de distintos partidos, sí, pero “centro democrático”.

Moderador: Entiendo, no comparten lo que preguntan.

- Participante 3: exacto y como también ¡ay como retacando!

Moderador: ¿es intenso el encuestador!

- Participante 4: Sí el tiempo también o la extensión de la encuesta, digamos si es corta pues uno fácilmente diría sí yo la puedo contestar.
- Participante 5: El tiempo y como darles prioridad a otras cosas entonces uno sabe que hay que dedicarles tiempo a otras cosas.
- Participante 6: Yo pienso que la mayoría de las veces es por pereza.
- Participante 7: Yo pienso que es como el tema, cuando se nos hace un tema aburridor como dijo el compañero, da como pereza.

Moderador: ¿Alguna vez han dicho que no sin saber aún como es la encuesta de larga?

- Participante 1: Sí.
- Participante 2: Sí.
- Participante 3: Sí.
- Participante 4: Sí.
- Participante 5: Sí.
- Participante 6: Sí.
- Participante 7: Sí.

Moderador: ¿Por qué creen que ocurre esa situación en su mente? Porque es que realmente dicen, la pereza dice alguno.

- Participante 1: Me evita menos decir que no.

Moderador: Le da menos problemas, ¿Comparten esa opinión?

- Participante 2: Sí.
- Participante 3: Sí.

- Participante 4: Sí.
- Participante 5: Sí.
- Participante 6: Sí.
- Participante 7: Sí.

Moderador: ¿Alguna vez han contestado una encuesta por medios electrónicos?

- Participante 1: Si.
- Participante 2: Asiente.
- Participante 4: Asiente
- Participante 5: Asiente
- Participante 6: Si.
- Participante7: Si.

Moderador: Bueno voy a poner el ejemplo de la encuesta docente que se hace todos los años, ¿Se reduce su disonancia cuando llenan esas encuestas por internet, ósea tienen menos pereza, les importa menos lo larga que son o es igual?

- Participante 1: Las repuestas son menos precisas hay que responder determinadas cosas, y pues como es una obligación hacerla uno la hace.

Moderador: ¿Alguna vez han contestado alguna encuesta virtual que no sea obligatoria?

- Participante 1: Sí.
- Participante 2: Sí.
- Participante 3: Sí.
- Participante 5: Sí.
- Participante 6: Muchas veces sí.

- Participante 7: Sí.

Moderador: Entonces en esos casos que no son obligatorias y que Uds. La están haciendo porque quieren, ¿Se enfrentan a esa misma disonancia?

- Participante 4: Pues sí por el tema.
- Participante 7: Depende del punto del tema de pronto uno lo hace ya porque le gusta
- Participante 5: Por el favor.

Moderador: ¿Quién de ustedes ha realizado una encuesta, se ha sentado a pensar las preguntas, a formularlas...?

- Participante 3: Sí.
- Participante 4: Formulación no.
- Participante 5: Sí.
- Participante 1: Yo
- Participante 7. Sí.

Moderador: ¿Qué tan fácil o qué tan difícil fue hacerlo?

- Participante 3: En mi caso era totalmente diferente a lo que estudio, era sobre veterinaria, pero creo que bien.

Moderador: Mike, ¿fue fácil o difícil?

- Participante 1: Fácil, aunque toca saber hacer la pregunta para no...
- Participante 7: formular las preguntas de tal forma que para las personas sean fáciles de entenderlas
- Participante 5: Si también, como lo más complicado es formular las preguntas y que sean aprobadas, en el caso mío debían ser aprobadas por una profesora.

Moderador: Quiero saber Uds. Para no instigar las respuestas ¿han evitado hacer algún tipo de pregunta, por ejemplo, preguntas abiertas?

- Participante 7: Por los tipos de respuesta uno no quiere procesar los datos.
- Participante 6: Uno también piensa en las respuestas, no solo en las preguntas, como se va a responder si es selección múltiple...

Moderador: Entonces han evitado hacer algún tipo de pregunta, porque si la ponen en selección múltiple va a ser difícil, ¿han evitado eso por qué? Les voy a dar dos opciones: porque el encuestado no les va a entender o porque es muy difícil de tabular.

Participante 7: Realmente seria la tabulación porque serian muchos datos.

Moderador: Pero ¿y si esos datos responden a su objetivo? ¿Usted Evitaría realizar esa pregunta por no tabularla?

- Participante 1: Depende de la importancia

.....

Moderador: ¿Quién de ustedes ha tabulado una encuesta?

- Participante 1: No.
- Participante 2: No.
- Participante 3: No.
- Participante 4: No.
- Participante 5: Sí.
- Participante 6: No.
- Participante 7: Sí.

Moderador: ¿Qué tan fácil o difícil fue tabular esa encuesta?

- Participante 5: No es tan fácil porque leer cada pregunta y responder la A tanto, la B tanto y después hacer las gráficas, eso es muy tedioso.
- Participante 7: Si digamos que el manejo de la información y depende también de la cantidad de encuestas.

Moderador: Me gustaría saber ¿qué programa utilizaron para hacer eso?

- Participante 5: Excel.
- Participante 7: Excel.

Moderador: ¿El programa les facilito el trabajo de tabulación?

- Participante 5: A la hora de diligenciar como tal cuantas se hacen, no porque pues a uno le toca una por una pero ya para hacer las gráficas si es fácil ya cuando uno tiene todos los datos.

Moderador: Ósea ¿la tabulación es difícil y la graficación es fácil?

- Participante 5 y 7: Sí.

Moderador: Yo también he manejado Excel y también sé que es muy fácil tabular algo simple pero cuando ustedes comparan preguntas ¿Lo han hecho alguna vez?

- Participante 5: Sí.
- Participante 7: No.

Moderador: ¿Fue fácil o difícil comparar una pregunta con otra gráficamente?

- Participante 5. Fue fácil.

Moderador: Me gustaría saber para los que hallan encuestado, ¿qué excusas les ha dado la gente para no responderles una encuesta?

- Participante 7: No tengo tiempo.
- Participante 6: No tengo tiempo.

- Participante 4: Le da miedo a dar datos, digamos en mi caso era datos sobre la casa, el hogar, sobre cuánto consumía, entonces la gente decía no, porque de pronto alguien vendría luego a cobrarle más por dar ese tipo de datos.
- Participante 3: Pues donde estuve yo era alejado y la gente pensaba que éramos políticos o de parte del gobierno y también por el tiempo pues se encontraban ocupados en su hogar.
- Participante 2: Por tiempo y algunos profesores tampoco daban el tiempo para realizarla.

Moderador: Y ¿Creen que esa respuesta era verídica o solo una excusa?

- Participante 1: Pues creo que una excusa significa lo mismo, que no tiene tiempo.
- Participante 2: Pues uno la usa también.

Moderador: Les voy a poner una situación que de pronto a mí me ha pasado, iba a hacer una encuesta sobre los videojuegos, no sé si todos juegan videojuegos, creo que es un tema que a los hombres les gusta, y la gente me decía no, no quiero y el tema les gusta, la encuesta es corta y aun así me dicen no, no tengo tiempo, ese tipo de disonancia ocurre fácilmente porque cuando uno está haciendo una encuesta, uno está buscando el mercado objetivo, ya que uno no se encuesta gente al azar, ¿Por qué creen que ocurre esa disonancia?

- Participante 7: No hay interactividad.
- Participante 1: Busca algo a cambio.
- Participante 3: Como yo aquí.
- Participante 5: porque no se conoce a las personas y si no generan confianza.
- Participante 6: Es complicado si da pena.

Moderador: Ósea que ¿el encuestador debe tener también carisma?

- Participante 1, 2, 4, 5, 6, 7: Están de acuerdo en que el encuestador debe tener carisma.

- Participante 3: No, porque eso también es “mamon”.

Moderador: Otra situación, por ejemplo, si yo lo paro en la calle y le digo ¿Mike me llena encuesta?

- Participante 1: No sé, depende del momento.

Moderador: Supongamos que me dicen que no y yo le digo es que yo se la mando a su correo y usted Me la contesta en su casa, ¿creen que eso disminuiría el problema?

- Participante 7: Claro.
- Participante 2: Sí.
- Participante 4: Sí.
- Participante 5: Sí.
- Participante 1: Sí.

Moderador: Supongamos que esa aplicación existe, ¿Qué cosas proponen ustedes que debería tener la aplicación que resuelva ese tipo de inconvenientes?

- Participante 1: primero que todo que sea visual.

....

Moderador: Bueno vamos a poner un ejemplo de una aplicación; una aplicación amigable con las personas que les ayuda a redactar encuestas simples, sencillas y que tiene opciones básicas para compartir en las redes sociales, correo electrónico y/o bluetooth, ¿qué más debería tener para que el usuario cuando le pidamos ayuda con una encuesta reduzca la disonancia el mínimo?

- Participante 6: Debería tener algún beneficio mensual.
- Participante 3: Algo así como puntos, puntos redimibles
- Participante 4: No desea opinar.
- Participante 5: Que sea agradable

- Participante 1: La gente es perezosa para descargar una aplicación solo para eso.

Moderador: Ese es el otro tema al que quiero avanzar, les propongo una idea si en un juego que ustedes juegan como Cal royal, Candy crush le dan vidas o algo especial del juego difícil de conseguir y le piden que conteste una encuesta ¿lo harían?

- Participante 6: Sí, si la encuesta es corta sí lo haría.
- Participante 7: Sí.
- Participante 1: No juego eso, pero si me gustaría.
- Participante 2: Sí.
- Participante 3: Sí.
- Participante 4: Asiente.

Moderador: Y ¿qué hago con la gente que no juegan esos juegos, ¿qué me proponen ustedes?

- Participante 1: hay empresas a las que se les paga para que hagan publicidad como google adwords, meter las encuestas como publicidad.
- Participante 6: Si hay personas que no juegan, pueden hacerlo en otro tipo de aplicaciones como por ejemplo aplicaciones de música.

Moderador: ¿Qué beneficio podría darles?

- Participante 6: Por ejemplo, subsidio por unos días.
- Participante 5: Le gusta la idea del Participante 6.

Moderador: Qué hacen ustedes con las preguntas abiertas, cuando son tradicionales, ¿las evitan?

En mi caso yo he encuestado y he visto que muchas personas las evitan y las dejan en blanco.

- Participante 2: A Uno por lo menos, responden si porque sí.
- Participantes: A todos los Participantes les ha pasado.

Moderador: Y ¿Cuándo ustedes son los que responden la encuesta?

- Participante 1: No lo lleno.
- Participante 4: No la hago.
- Participante 5: Pues yo pongo una palabra que resuma todo.
- Participante 6: Pues si no son obligatorias no las respondo, pero si sí lo son la respondo con una palabra.
- Participante 7: Yo la respondo, pero muy breve.

Moderador: Y ¿Por qué?

- Participante 5: Por pereza.
- Participante 3: Porque no hay interés en el tema y no hay repercusión en no hacerlo.
- Participante 7: Porque de pronto se puede expandir mucho uno en el tema.
- Participante 2: No sabe para qué es y pues sería interesante que la gente pueda ver los resultados de las encuestas y decir bueno al menos sé en qué promedio estoy, quien soy yo frente a las estadísticas.
- Participantes: A todos los otros participantes les atrae la idea del participante 2 de poder saber los resultados.

Moderador: concluye; ósea que ustedes me dicen que las preguntas abiertas son un bache en el camino.

- Participante3: Sí, depende.

Moderador: Los que sí han tabulado, ¿Han realizado preguntas abiertas?

- Participante 5: Sí, es muy difícil porque son muchas respuestas, por ejemplo, yo le realice encuestas al personal de aseo de la universidad y las respuestas eran muy variadas, no sabía qué hacer.
- Participante 7: Pues uno usa palabra claves, lo que reduce las respuestas.

Moderador: y sí fuese una aplicación ¿Qué pasaría, ¿qué proponen?

- Participante 1: Responder con audios.
- Participante 5: Sí, no escribir.
- Participantes: A resto de sujetos parece llamarles la atención tal idea.

Moderador: Otro tipo de preguntas son aquellas que dicen: respuesta si solo si dijo sí a la pregunta a si no pase a la c; ¿Las personas han entendido ese tipo de preguntas?

- Participante 7: No, muchas veces responden digan si o no.
- Participante3: Sí, la mayoría de veces.
- Participante 4: Asiente.
- Participante 5: Sí.
- Participante 2: O prefieren decir que no para no tener que responder.
- Participante5: Aunque mejor en la aplicación porque en la aplicación la App ya sabe que si respondió sí o no cuál es la pregunta siguiente que debe responder.
- Participante 1: El dilema es que si respondió solo un mal significa que la encuesta no es válida, porque no leyó bien
- Participante 6: Sí, he tenido problemas con ese tipo de preguntas.

Moderador: Entonces aquí entramos en otro dilema, si redacto bien la encuesta esta se hace más larga y más aburrida y si la redacto más amena y simple las personas se confunden, me gustaría que las personas que han redactado y tabulado una encuesta me digan si ¿les ha pasado? ¿es verdad que cuando la hacen más detallada, se hace más extensa y aburrida?

Participante 7: Sí más extensa porque uno trata de explicar y aclarar más todo, y hay temas que uno no puede reducir más la pregunta.

- Participante 5. No responde.

Moderador: ¿Qué proponen ustedes para desarrollar la App, ¿qué debe hacer esa aplicación?, piensen en las personas que la escriben, que la contestan y como llegar a la mayoría de segmentos.

- Participante 7: Pues realmente va a lo mismo en que primero uno puede tener una pregunta o el tema en la cabeza, pero realmente uno no sabe cómo expresarlo, cómo formular la pregunta.

Moderador: De pronto una función que le ayude a usted a buscar verbos.

- Participante 7: Exactamente, una App que ayude a hacer la palabra, la pregunta lo más concretamente posible, que se entienda y no sea tan larga.
- Participante 6: Debería tener accesibilidad para personas con discapacidad y lo otro es que si hay preguntas abiertas que haya una manera de acortar las respuestas, digamos respuestas de selección para que sea más fácil de darles a elegir.
- Participante 5: Que sea gráfica, que no sea aburrida, que si hay una pregunta maneje buenos colores, que sea visual.
- Participante 2: Que tenga plantillas de preguntas.
- Participante 4: De pronto la extensión de las preguntas.

Moderador: ¿Limitarlas?

- Participante 4: Sí, aunque uno sabe que hay mucha información necesaria, pero de pronto unir varias preguntas en una sola como algo más sintetizado.
- Participante 3: Por ejemplo, yo hago unas encuestas de una página de deportes y al final le da a uno los resultados y es “chévere”, siempre al final de cada pregunta muestran los resultados de la cantidad de personas que escogió tal opción.

- Participante 7: Me gustaría que uno pueda descargar los datos y que al encuestado le diga parámetros para tener mayor aceptación en la respuesta y lo otro que en el momento en que la gente responda capture metadatos, es decir que capture el tiempo que se demora por cada pregunta ya que en la analítica grande permite saber el comportamiento de las personas.

Moderador: ¿Ustedes usarían una aplicación que hiciera eso?

- Participante 6: Sí.
- Participante 7: Claro que sí.
- Participante 1: Como institución sí.
- Participante 3: Sí, si me trae un beneficio y me la recomiendan.
- Participante 4: Sí
- Participante 5: Sí.
- Participante 2: Sí.

Moderador: ¿Alguna vez ha visto una aplicación que haga eso?

- Participante 1: Google forms.
- Participante 2: Sí la única.
- Participante 3: Sí la única.
- Participante 4: No.
- Participante 5: No.

Moderador a sujeto 1: Y ¿Cómo la comparte?

- Participante 1: Por Facebook, WhatsApp, etc...

- Intervención participante 2: Digamos hay que aceptarlo a uno le da pereza leer sería chévere que la App le lea a uno las preguntas para no leer, así es más fácil contestar la pregunta que ponerse uno a leer.

Moderador: Para los que han utilizado la otra App sería mejor la App que yo propongo ¿La usarían o se quedarían con Google porque es Google?

- Participante 1: Tocaría ver que ofrece de más, cuál es el beneficio.

Moderador: El beneficio más grande es que le van a llegar a su población objetivo, sin publicarlo en las redes sociales ¿Lo harían?

- Participante 1: Sí.
- Participante 2: claro
- Participante 6: Si.
- Participante 4: Asiente.
- Participante 5: Si.

Ya para terminar les damos las gracias por haber participado y habernos compartido sus ideas acerca de la investigación y por los aportes que hoy nos han hecho que nos son de gran ayuda para seguir llevando acabo nuestra investigación.

**Apéndice B: Transcripción entrevista individual a docentes pertenecientes a grupos de investigación**

**Entrevista al docente Jorge Edison García Álvarez.**

Entrevistador: Bueno días profesor Jorge, ¿podría contarnos sobre algunos temas ha tratado en las investigaciones que ha realizado?

Docente: Sí, he investigado sobre la gestión promocional.

Entrevistador: ¿Esas investigaciones las ha hecho dentro la universidad?

Docente: Sí para la universidad.

Entrevistador: ¿En esas investigaciones ha sido ayudado por estudiantes?

Docente: Si con estudiantes.

Entrevistador: En esa investigación que comenta ¿ha utilizado el mecanismo de encuestas como recurso?

Docente: Si señor, si he tenido unas encuestas.

Entrevistador: ¿Qué porcentaje de la investigación representaban esas encuestas como datos?

Docente: Un 70% de la investigación estaba basada en la encuesta.

Entrevistador: ¿Qué experiencia usted ha tenido con este mecanismo, ha sido útil o no ha sido útil, ha tenido malas vivencias o buenas vivencias, ¿cómo ha sido su experiencia utilizando ese mecanismo como herramienta de recolección?

Docente: Realmente para mí la encuesta es una herramienta fundamental en el proceso de investigación, no solo por los datos que se pueden consignar ahí que trae el propio formato sino

porque el encuestador puede agregarle, entonces por ejemplo, no solo nosotros nos podemos basar con la encuesta que se llena sino de pronto hay algunas características o algunos aspectos que el encuestador pueda poner a demás, adiciona unas observaciones u apreciaciones que él tiene, y para mí eso es importantísimo.

Entrevistador: Puede utilizar herramientas cualitativas dentro de la encuesta, Me gustaría preguntarle si ¿ha tenido algún problema utilizando ese mecanismo, me explico, alguna pregunta que aún redactada correctamente sea malinterpretada, problemas al tabulares tal vez preguntas abiertas, tabulares preguntas de orden, de organizar.

Docente: No, en el tema de las preguntas no, porque digamos que siempre los instrumentos de recolección son probados, por lo cual ahí no tenemos problemas, e problema radica sobretodo en la organización de las encuestas, de la información, es ahí donde uno toma más tiempo, ya que lo encuesta no solo las asume un estudiante o solo una persona sino varias y depende de la organización de cada una de esas personas el poder facilitar la organización general de la información.

Entrevistador: En síntesis, usted no ha tenido problemas al redactar la encuesta, pero ¿los encuestadores encargados sí representan un problema en algún momento?

Docente: Sí, aunque son capacitados, entrenados, ellos al momento de organizar, de dar sus paquetes en sus informes...

Entrevistador: ¿Qué problema presento? ¿Falta de nombres, datos?

Docente: Sí, faltan datos, o a veces no se entiende, no es legible algunos conceptos, errores en doble marcaje.

Entrevistador: ¿Ha tenido algún problema al momento de tabular en general, digamos preguntas de respuestas múltiple, es conflictivo o realmente no?

Docente: Lo que pasa es que sin importar que el instrumento ya haya sido probado debe de tener la opción de poder manipular las variables, moldearlas o re-moldearlas, Re-categorizarlas.

Entrevistador: ¿Me podría dar un ejemplo?

Docente: Yo puedo preguntar sobre aspectos de mejora en la gestión promocional de su marca, ¿cuáles son los aspectos que consideraría para la mejora? Así tenga un listado de opciones yo no los puedo encasillar en eso, entonces tiene que haber la opción de que pueda agregar, porque para mí el otro no es otro y más sino que ese otro debe ser algo, entonces yo tengo que tener la opción de poder manipular que tal que ese otro me dé un porcentaje mayor que las otras respuestas que yo ya había planteado, aunque ha sido probado, cuando Ud. se va realmente al trabajo de campo puede cambiar, y ese otro me da dos opciones que supera a todas las demás .

Entrevistado: ¿Cómo ha afrontado ese problema, como lo redacta?

Docente: Claro, ya hay que revisar cada una de las encuestas aplicadas y tomar unas decisiones con base a la teoría.

Entrevistado: ¿A usted no le ha sucedido alguna vez que pone otro y salen más de 30 variables nuevas?

Docente: Sí también, entonces cuando hay mucha dispersión de datos en ese otros, entonces si se toma como otros y se explica dentro del análisis, pero cuando si hay unas categorías fuertes que pesan más hay que generar una variable.

Entrevistado: ¿Usted ha utilizado nuevas tecnologías para realizar encuestas, por ejemplo, software, aplicaciones, etc.?

Docente: Dentro de las investigaciones que yo he hecho dos veces he utilizado o he apelado al Google Docs.

Entrevistador: Y ¿Cuál fue su experiencia utilizando esta herramienta?

Docente: Me parece una herramienta ágil para la captura de datos, que me permite ordenarlos de manera rápida y sacar resultados rápidos.

Entrevistador: Por ejemplo Google Docs permite hasta donde yo sé, mostrar sus encuestas en Facebook, twitter, eso quiere decir que google docs solo le permite a Ud. mostrar sus encuestas a sus amigos o técnicamente a un grupo que Ud. conozca peor eso hace mucho más difícil llegar a su mercado objetivo, es decir, usted puede poner su encuestas en un grupo de Facebook donde haya gente mayor pero la encuesta es para jóvenes, ¿hubo algún problema con eso o la cuestión era otra?

Docente: Sí claro, porque el target estaba muy bien definido, entonces digamos egresados, yo tengo un grupo exclusivamente de egresados y ahí sí aplicó, estudiantes, yo tengo un grupo de estudiantes.

Entrevistador: Entonces, ¿cómo fue su experiencia fue mejor o peor que cuando es tradicional o igual?

Docente: Cuando usted no necesita profundizar en algunos aspectos, ni entender las respuestas, el porqué de las respuestas, si es una herramienta muy ágil y práctica y de poder tener resultados pronto y económica

Usted me dice que ¿la interacción con el encuestador es importante dentro de la herramienta?

Sí, para mí sí, si requiero explicación de las respuestas, pero si requiero simplemente datos muy precisos

Entrevistador: ¿hay alguna herramienta que a usted le hubiese gustado que tuviese Google Docs?

Docente: Sería interesante que la misma encuesta permitiera tener notas de voz

Entrevistador: ¿Cómo sugerencia a preguntas abiertas?

Docente: Si, o que explique el porqué, es decir: si su opción de estudiar en un posgrado estuvieran estas universidades, cuál elegiría, y responden Unillanos, y por qué, entonces para que las personas no tecleen, sería interesante que pudieran dejar su nota de voz, es una expresión mucho más abierta y sensata.

Entrevistador: A continuación voy a proponerle una aplicación hipotética que va a tener una serie de funciones y quiero que me diga ¿qué le parece cada una de estas, útil, inútil o mejorable?; La aplicación tiene plantillas para diferentes tipos de preguntas, como, de elección múltiple, cerradas, abiertas, de calificación o de orden.

Docente: Sí, es interesante, siempre y cuando tengan todo el abanico de los tipos de preguntas.

Entrevistado: La aplicación sugiere verbos y sinónimos al momento de redactar la encuesta.

Docente: Sí claro, porque a veces uno se limita y pone siempre lo mismo, enumere, enuncie, proponga., etc.

Entrevistador: La aplicación permite condicionar preguntas a otras respuestas.

Docente: Si claro debe ser así porque la investigación necesita de preguntas de control, toda investigación necesita de preguntas de control.

Entrevistador: La aplicación permite que el encuestado responda la encuesta en su casa.

Docente: Sí a mí me gusta, lo que pasa es que yo soy como vieja escuela y para mí la percepción del entrevistador es importante.

Entrevistador: Bueno eso para el encuestador es más útil, pero para el encuestado no, y cuando se ve acorralado, la encuestada trata de “espantar” al encuestador respondiendo rápido, mal, saltándose preguntas; la teoría detrás de esto es que la disonancia cognitiva y que es por el tiempo que está perdiendo en ese momento, por lo cual suponemos que si el encuestado tiene la posibilidad de responder cuando él quiera, las respuestas van a ser más viables.

Docente: Claro, pero de todas formas tiene que entender que la investigación tiene un cronograma y cómo me aseguro yo de que si pueda cumplir con ese programa.

Entrevistador: ósea me dice que ¿tengo que entregar hasta tal día las encuestas?

Docente: Sí.

Entrevistador: El entrevistador decide no ahondar más en la pregunta y pasar a la siguiente.

Entrevistador: La aplicación permite realizar la encuesta en persona.

Docente: ¡Ha bueno sí, eso interesante!, porque además de además de que la pueden hacer en casa yo tengo la opción de poner a otras personas a hacerla.

Entrevistador: La aplicación envía resultados básicos en forma de gráfica y tabla a un correo electrónico.

Docente: En mi experiencia con google docs es que el me las entrega entre “tabuladas” pero no me entrega las etiquetas ni las variables, el me entrega todas las respuestas, pero yo después tengo que dar en la variable para agruparlas.

Entrevistador: ¿Es muy difícil hace modificaciones?

Docente: Esas herramientas solo me permiten información univariable, donde yo puedo simplemente contar mientras que otros softwares como Stata, Spss, etc. Esos le permiten a uno tener porcentajes de variables agrupadas con sus respectivas etiquetas.

Entrevistador: ¿Cómo podríamos solucionar ese problema?

Docente: sería interesante que se pudiesen hacer algunos cruces de variables, sería como el plus, ya lo adicional.

Entrevistador: Sugiere entonces que al final de redactar la encuesta, usted pueda decirle quiero que me cruce estos resultados y entonces ya la aplicación le da los resultados básicos e igualmente básicos, pero ya cruzados.

Docente: Pues digamos que me da el primer boceto de la investigación, ya si yo quiero profundizar busco un software especializado que me haga eso, y lo otro es que eso quede en algún lugar no solo en el correo sino que debe quedar eso alojado en algún lugar donde yo lo pueda descargar de algún lugar, como un Google Drive.

Entrevistador: La aplicación permite compartir la encuesta en diversas redes sociales.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación podría contar con métodos para buscar su población y enviar la encuesta directamente.

Docente: Súper.

Entrevistador: ¿Utilizaría o recomendaría a sus alumnos esta aplicación para realizar futuras investigaciones?

Docente: Sí, claro si después de probarla cumple con su promesa de valor, seguramente sí.

Entrevistador: Gracias profesor por su colaboración.

### **Entrevista a la docente Matilde Elisa Villamil Gómez.**

Entrevistador: Buenos días Docente Matilde, podría contarnos ¿qué temas usted ha investigado a lo largo de su carrera?

Docente: A lo largo de mi carrera he trabajado investigaciones en Merchandising, punto de venta, todo lo que es la parte publicitaria para avisos en negocios, por comunas y otra parte que tiene que ver con comportamiento del consumidor con tendencias del consumidor a nivel también de tiendas y supermercados (Pymes).

Entrevistador: Y ¿A nivel docente a tratado investigaciones con estudiantes o docentes?

Docente: Lo anterior ha sido como docente, a nivel profesional ha sido más con empresas privadas sobre comportamiento del consumo, es decir armar perfiles de consumo para centros comerciales o para la ubicación de puntos de venta.

Entrevistador: ¿En sus investigaciones usted ha trabajado con estudiantes o docentes?

Docente: Con otros docentes, con estudiantes, con egresados también.

Entrevistador: En estas investigaciones ¿qué tanto ha usado la herramienta de encuestas como método de recolección de datos?

Docente: Casi siempre.

Entrevistador: ¿Cuánto representa porcentualmente de los datos?

Docente: Un 80%.

Entrevistador: ¿Podría contarnos un poco acerca de sus experiencias positivas y/o negativas que ha tenido con esta herramienta?

Docente: Bueno con la encuesta hay que hacer mucho control con los encuestadores porque yo soy partidaria de los formatos cortos, preguntas muy bien estructuradas, cerradas, porque el estudiante o encuestador lo que puede hacer a veces es terminar de llenarlas o que se den respuestas ambiguas y no sepa que marcar, entonces casi siempre lo que hago es revisar que la encuesta sea corta, darles como un número específico para no agotar clientes y que sean llenadas con mucha objetividad.

Entrevistador: Hablemos de unos temas en específico: redactar la encuesta ¿fácil o difícil?

Docente: Ahí está todo el éxito.

Entrevistador: Digamos hay preguntas que, aunque estén bien redactadas pueden ser malinterpretadas, ¿ha tenido esas situaciones?

Docente: Sí, por eso voy más a preguntas cerradas y a hacer revisar la encuesta previamente de varios pilotos.

Entrevistador: En el tema de encuestadores me dice que, si hay un problema, en el tema del encuestado ¿cómo es?, ¿se niegan o son colaborativos?

Docente: La mayoría se niega y son colaborativos cuando usted le dice que el tiempo va a ser corto, cuando usted mismo lo llena es más efectivo que cuando lo llena el encuestado y lo otro es

como buscar los tiempos en que la persona puede ser más asequible a llenar la encuesta porque por sectores hay momentos en que no te atienden, entonces hay que buscar el tiempo en el que se puede llegar y encontrar esa persona con disponibilidad.

Entrevistador: Eso yo lo llamo Disonancia Cognitiva, cuando la persona quiere decir que no, pero dice que sí o viceversa, ¿cómo podríamos nosotros reducir esa Disonancia cognitiva?

Docente: Llenar la encuesta, explicar la pregunta es una opción cuando la pregunta es ambigua y cuando la persona no sabe que contestar, orientarlo y lo otro es hablar con palabras claves que fundamenten la pregunta.

Entrevistador: ahora hablemos del tema de tabular los datos, ¿difícil o fácil?

Docente: Yo la verdad siempre pago para que me tabulen.

Entrevistador: Pero ha tenido experiencia tabulando al principio de su carrera.

Docente: Sí, se me hace dispendioso porque digamos que llenar los datos en el software para que él empiece a tabular es complicado.

Entrevistador: Por ejemplo ¿qué pasa con las preguntas abiertas?

Docente: Eso es casi que imposible.

Entrevistador: Alguna vez en estas investigaciones ¿ha utilizado nuevas tecnologías?, digamos aplicaciones, software.

Docente: Aplicaciones como tal, no, software es lo único.

Entrevistador: Por ejemplo, Google Docs manda la encuesta, etc.

Docente: Sí.

Entrevistador: ¿Cómo ha sido su experiencia utilizando esa aplicación? ¿Mejor o peor que la encuesta tradicional?

Docente: Es mejor, porque yo creo que la gente en Google Docs siente como más corto el tiempo de espera, si son 20 a 25 preguntas no sienten el tiempo tan largo como si es en físico.

Entrevistador: ¿Las respuestas han sido más veraces que la tradicional?

Docente: Sí, tal vez.

Entrevistador: ¿Qué le hubiera gustado que esa herramienta tuviera?

Docente: No, no sé.

Entrevistador: Por ejemplo, Google Docs permite compartir sus documentos en redes sociales, a lo que a mi parecer eso solo sirve si usted conoce la gente que usted va a encuestar.

Docente: Sí claro, yo veo eso como arma de doble filo, se puede coger algo que sea a la carrera y dañar totalmente el trabajo de investigación.

Entrevistador: Entonces digamos que busque el segmento porque digamos usted en sus redes sociales tiene adultos, pero necesita encuestar jóvenes y aquí solo adultos.

Docente: Sí usted no sabe a ciencia cierta quien está llenando la encuesta.

Entrevistador: A continuación, le voy a decir una serie de opciones que tiene una aplicación hipotética y usted me va a decir si es ¿útil, inútil o le agregaría algo?

Entrevistador: La aplicación contiene plantillas para diferentes tipos de preguntas como de elección múltiple, cerradas, abiertas, de calificación o de orden.

Docente: Útil.

Entrevistador: La aplicación sugiere verbos y sinónimos al momento de redactar la encuesta.

Docente: Útil.

Entrevistador: La aplicación permite condicionar preguntas a otras respuestas, por ejemplo, conteste si solo si contesto la pregunta x.

Docente: Útil.

Entrevistador: La aplicación permite que el encuestado responda la encuesta en su casa.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación permite realizar la encuesta en persona.

Docente: También.

Entrevistador: La aplicación envía resultados básicos en forma de gráfica y tabla a un correo electrónico.

Docente: Útil.

Entrevistador: La aplicación permite compartir la encuesta en diversas redes sociales.

Docente: No me convence mucho.

Entrevistador: La aplicación podría contar con métodos para buscar su población y enviar la encuesta directamente.

Docente: Sí.

Entrevistador: ¿Algo que le gustaría que tuviera esta aplicación?

Docente: Si es posible que se pudiera la fotografía del encuestado y que tuviera un ítem tanto del encuestado como del encuestador, ya que es válido saber quién recopiló la información.

Entrevistador: He encuestado a otros Docentes y me han dicho, notas de audio.

Docente: No se me hace tan útil.

Entrevistador: Que las aplicaciones permita correlacionar datos.

Docente: Sí.

Entrevistador: Por último ¿usted utilizaría o recomendaría a sus alumnos esta aplicación para realizar futuras investigaciones?

Docente: si existiera sí, sobre todo por la facilidad que tienen los estudiantes de tenerla en un celular.

### **Entrevista a la docente Angela María Geneco Lízcano.**

Entrevistador: Docente Angela ¿Podría contarnos qué temas a tratado en las investigaciones que ha realizado?

Docente: Como docente he hecho estudios de investigación socioeconómica aplicada generalmente los he realizado en comunidades campesinas, comunidades indígenas, también he hecho estudios de caracterización socioeconómica con estudiantes universitarios, investigaciones sobre género y educación, y ahorita estoy haciendo una investigación sobre la relación familia – escuela en poblaciones vulnerables de acá de Villavicencio.

Entrevistador: ¿Estas investigaciones las ha hecho con estudiantes, docentes o independiente?

Docente: Siempre las investigaciones que he hecho la mayor parte un 95% de los estudios que he realizado han participado otros Docentes y también se han vinculado estudiantes.

Entrevistador: Según las investigaciones que comenta ¿qué tanto utiliza usted la herramienta de encuesta para recolectar datos?

Docente: En los estudios socioeconómicos la utilice bastante porque generalmente se necesita medir características demográficas y económicas, de la tesis de maestría también utilice la encuesta porque necesitaba medir unas variables referentes a mujeres migrantes.

Entrevistador: Para usted ¿la encuesta hace que las respuestas sean más cerradas?

Docente: Sí generalmente la encuesta la utilizo para cuando quiero mirar variables específicas de una población y cuando tengo que cruzar variables, pero generalmente es información que yo complemento con las entrevistas, o sea con información también cualitativa.

Entrevistador: ¿Qué porcentaje representa la encuesta en su investigación?

Docente: Al principio de mi carrera si la usé bastante, ya que hice muchos estudios socioeconómicos y en la maestría y pues las últimas dos investigaciones que he hecho que han sido de carácter muy cualitativo, también por el presupuesto y todo no la he usado, pero sé que es una herramienta fundamental.

Entrevistador – Docente: Un 50%.

Entrevistador: ¿Ha tenido alguna experiencia positiva o negativa al momento de usar esta herramienta?, es decir alguna pregunta que se malinterprete, con el encuestado, el encuestador.

Docente: Lo que pasa es que eso depende mucho de cómo se haya construido el instrumento y además de que el instrumento se haya sometido un proceso de validación en campo, o sea sacar

muestreos incluso para validación porque hay veces que la gente sale con una categoría que uno de pronto no contemplo, entonces me parece que en eso consiste, que se perfile hasta tal punto el instrumento que mitigue el error.

Entrevistador: ¿Ha tenido problemas con el encuestador?

Docente: cuando la encuesta queda mal hecha uno tiene que hacerle una explicación a la persona y se supone que una encuesta es que uno le da las opciones y la persona ya da la respuesta pero cuando tiene que la persona ponerse a interpretar es que quedo mal, por ejemplo yo me acuerdo que una vez aplicaron un instrumento a una comunidad indígena pero era un instrumento hecho para población mestiza, cuando se supone que se debió haber hecho una específica para población mestiza, por lo que las respuesta me parece que quedaban mal porque el contexto era diferente, además a veces la gente pone también encuestas que ya están hechas pero hay que tener mucho cuidado al momento de evaluar si las características o las variables si se cumple para la población, por ejemplo yo he visto que aplican escalas de medición de España acá y pues hay una diferencia fundamental que hay que hacerle un estudio muy juicioso. Y el pilotaje, sobre todo, en campo, y validarla por expertos, hay varias formas de validar la encuesta, pero pienso que tiene que ser en campo, que la vea un experto, que el muestreo de validación sea mucho porque a veces uno se la aplica a diez personas y con eso no le sale a uno los errores que se necesita para corregirla.

Entrevistador: Me gustaría saber si ¿ha tenido problemas al tabularla?

Docente: Yo pienso que uno para hacer la cuestión de la tabulación necesita saber estadística porque yo he usado el Spss pero a uno de que le sirve usar el Spss si no sabe qué tipo de variables está manejando si son nominales, ordinales, de razón o proporción, y además no todas

las gráficas van para el mismo tipo de variables y son cosas que a mí parece que son cosas en las que uno tiene que tener unos conocimientos muy fuertes en estadística descriptiva y apoyarse de un estadístico ya que uno puede interpretar mal y aplicar por ejemplo un pictograma a una cuestión que puede ser una torta o una barras y es que eso también depende del tipo de variables y muchas veces nosotros escogemos es que quede bonita la imagen y resulta que hasta ene so uno debe mirar criterios estadísticos .

Entrevistador: Siguiendo el tema de tabulación, usted que hace parte de humanidades ¿Qué tan difícil le parece manejar lo cuali? ¿Al hacer una preguntar abierta, cómo lo tabula?

Docente: Inicialmente para uno en preguntas abiertas tiene primero que coger la totalidad de respuestas de esa pregunta abierta y agruparlas máximo como en unas 5 0 6 categorías, pero a veces no es fácil porque esas son preguntas muy subjetivas, además si una encuesta está muy llena de preguntas abiertas ya no sería una encuesta si no una entrevista, entonces cuando le dice que por qué y le pone por qué a todas terminas siendo una semi-entrevista y no una encuesta, entonces la idea de esas preguntas abiertas en mi experiencia es que uno logre obtener unas 5 0 6 categorías para ya hacer la pregunta cerrada en el documento final.

Entrevistador: Debería redactar la pregunta abierta de tal manera que no genere tantas variables.

Docente: Exactamente, pero es que ese es un proceso que se supone que tú debes hacer después v cuando ya tengas todas las repuestas agruparlas para poderlas meter al Spss, pero yo pienso que eso debe ser en una etapa inicial donde ya uno adquiriera unas respuestas, dependiendo de cómo uno le pregunte a la persona le pueden salir a uno hasta diez cuestiones diferentes y uno tiene que conceptualizar mucho eso para agruparlas en las variables, ya que el Spss le pide a uno cuales son las categorías y ya pero si uno va a analizar una pregunta abierta pues váyase al programa

Atlas Ti para depurar eso, me parece que para uno usar un programa de un paquete estadístico debe tener las preguntas todas cerradas en mi opinión, entonces si una encuesta tiene una pregunta abierta hay que trabajarla y categorizarla.

Entrevistador: La Docente ¿ha utilizado alguna vez una nueva tecnología para hacer encuestas, con respecto a redacción y divulgación? Por ejemplo, Google Docs.

Docente: No, todavía no, pues digamos que hacerlas virtual y eso no, una vez quise pero me dijeron que el proceso era complicado y que tenía que tener un ingeniero de sistemas, entonces desconozco peor me gustaría saber, aunque lo que yo tengo en la cultura de aquí es que nuestra cultura no es muy dada a responder cuestionarios que les mandan por internet y también depende de la población ya que si estas manejando por ejemplo una población de bajo nivel socioeconómico no, si es estudiantes de pronto, o sea hay que mirar.

Entrevistador: Pero, ¿Si llegaría a usarla dependiendo claro del contexto?

Docente: Sí claro, la usaría por ejemplo si tengo que encuestar población que yo sé que, si me va a hacer la receptividad de la encuesta, si la usaría por agilidad.

Entrevistador: ¿Cree que es mejor lo tradicional o lo virtual?

Docente: Pienso que todo depende del tipo de investigación, porque por ejemplo lo que yo te digo si yo necesito un censo en indígenas a mí no me va a servir la virtualidad.

Entrevistador: Sí claro, como usted hace investigación en humanidades es mucho más complejo que esta herramienta le sea más útil.

Docente: Pero por ejemplo si quiero analizar consumos de mercado, que hay compañeros que, si hacen antropología de mercados y todo, pues ellos si obviamente si mandan las encuestas y de productos, etc.

Entrevistador: Le voy a nombrar una serie cualidades que podría tener una aplicación hipotética; La primera función que tendrías es, la aplicación contiene plantillas para diferentes tipos de preguntas como de selección múltiple, abiertas, cerradas, de calificación, de orden, etc. ¿Es útil o inútil?

Docente: Sí me gustaría, me gustaría aplicarla.

Entrevistador: La aplicación sugiere verbos y sinónimos al redactar la encuesta.

Docente: Sí, pues todo depende de cómo uno la necesite, pero pienso que sería útil.

Entrevistador: Contextualicemos, hasta el momento la aplicación no está hecha para investigación tan profunda; Docente: un poco más para sondeos y diagnósticos; entrevistador: Esta hecha para estudiantes como nosotros o para investigación de mercados.

Entrevistador: La aplicación permite condicionar preguntas a otras preguntas.

Docente: sí, eso es importante.

Entrevistador: La aplicación permite que el encuestado responda la encuesta en su casa.

Docente: Sí, pues me parece útil porque muchas veces hay gente que no se puede mover, por ejemplo, si es un ama de casa que no se puede mover o no tiene dinero para el transporte y por lo menos en mi experiencia a mí me toca en las casas.

Entrevistador: ¿Qué tanto ocurre en su caso la Disonancia Cognitiva?, que es cuando dos ideas opuestas se cruzan en su cabeza y la gente quiere decir que no, pero dice que sí y viceversa.

Docente: Sí, a mí si me ha pasado, pero entonces hay generalmente lo que yo hago es formularle de diferentes maneras, porque muchas veces ellos son conscientes y no le quieren decir a uno la verdad, entonces uno genera otro tipo de estrategias que no necesariamente es una pregunta directa sino otros medios como por ejemplo observación o conversaciones formales que uno les saca la información como tal.

Entrevistador: ¿Le ha pasado que pide que el ayuden a contestar una encuesta y le dicen no, no quiero?

Docente: Pues yo una vez estuve haciendo encuestas para investigación de mercados para el centro de investigación de consumidores, entonces tocaba encuestar sobre un producto del gatorade que sacaron en polvo y ver si era factible sacarlo al mercado o no y pues a nosotros nos lanzaron a la calle y pues vi que eso depende más como de la habilidad que uno tenga como encuestador para captar la gente porque por ejemplo a mí me fue bien y pues a otra muchacha le dio miedo y no quiso hacerle, y está el tema de que una persona ve a otra por la calle y la persona se previene de estarle dando información si el tema es demasiado confidencial, pues el caso mío que era el gatorade la gente no tenía mayor problema pero si ya entro en otros temas como partidos políticos, religión, etc. La gente si va a tener hay como un rechazo.

Entrevistador: La siguiente es, permite que resuelva la encuesta en su casa, ¿cree que eso disminuiría esa Disonancia?

Docente: claro, si porque yo pienso que ya en la casa uno generalmente tiene que informar primero, tiene que presentarse, tiene que ir por parte de una institución, entonces digamos que la gente ya está como más predispuesta.

Entrevistador: Pero yo me refiero al hecho de que por ejemplo yo le digo profe me ayude con una encuesta y usted me dice no horita no tengo tiempo y yo le digo, yo se la envié al celular y usted en su casa la resuelve.

Docente: Yo si te la resolvería.

Entrevistador: ¿Disminuiría la Disonancia Cognitiva?

Docente: Sí eso si disminuye.

Entrevistador: La aplicación permite realizar la encuesta en persona.

Docente: Si me parece bien.

Entrevistador: La aplicación envía resultados básicos en forma de gráfica y tabla a un correo electrónico.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación permite compartir la encuesta en diversas redes sociales.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación podría contar con métodos para buscar su población y enviar la encuesta directamente.

Docente: Sí, me parece bien, pues yo por lo menos si estuviera haciendo estudios así, porque digamos que hay culturas que son como más cerrada y ya toca usar es etnografía.

Entrevistador: Sí, está dirigido a población que tenga celulares.

Entrevistador: Que la aplicación tuviese audios, ¿qué le parece?

Docente: Pues me parecería innovador.

Entrevistador: Pero ¿le parecería útil?

Docente: Para mí sí porque a veces por ejemplo puede fallar un sistema, pero si uno tiene el audio o se le pierde el grafico o si se le distorsiona la pantalla.

Entrevistador: Más pensado para preguntas abiertas, que la gente las pueda contestar por audios.

Docente: Me parecería supremamente útil.

Entrevistador: Que la aplicación de la posibilidad de correlacionar datos simples.

Docente: Sí.

Entrevistador: Que la aplicación tenga un modo para identificar el entrevistador encargado.

Docente: Sí, sí me parece porque a veces los encuestadores no hacen la tarea y entonces se inventan las respuestas y eso puede dar un margen de error marginal.

Entrevistador: ¿Qué le agregaría usted a esta aplicación pensando en su investigación? ¿Qué sería útil?

Docente: si bien es cierto que una aplicación simple y todo, me parece que antes de colgarla en una red se hiciera pilotajes porque de todas formas uno a veces da por sentado que la gente le va a entender y sucede que a veces teniendo un nivel cultural no le entienden a uno, entonces sí me parece que es importante que hagan pruebas, todo instrumento debe tener una prueba. Y por ejemplo que tu analices las respuestas si las hicieron bien si no, si faltó colocar más preguntas o las variables están bien, porque es que por ejemplo en esas cuestiones uno piensa que todo está bien, incluso sacando encuestas del mismo Dane, yo lo he hecho, he bajado encuestas del Dane y voy a aplicarla y no, le toca a uno modificarlas; Si, que no la primera que diseñe sea la definitiva.

Entrevistador: Es decir, que la aplicación permita evaluar.

Docente: Sí, es que la cuestión piloto la mayoría de la gente se la toma a la ligera pero me parece que si uno quiere hacerla con rigor hay que sacara unos muestreos de pilotos, uno saca unos muestreos que le dicen con tanto pilotaje puede cuadrar y que le quede un instrumento más fiable.

Entrevistador: Última pregunta, ¿Utilizaría esta aplicación si existiera?

Docente: Sí claro, yo sí, porque por lo menos a veces, por decir algo yo horita estoy haciendo la investigación pero inicialmente hay que hacer una caracterización con unas variables muy sencillas de la familia, entonces uno ahorraría tiempo, por lo menos si la gente está en otros municipios y la puede hacer en el ipad o en el celular que sería la idea, entonces pues mucho mejor porque le van llegando a uno los datos; lo otro es que así sea una encuesta virtual, pues me ha pasado también haciéndolas cara a cara que hay cosas que uno por sentado que se entienden pero la gente no las entiende, y me paso a mí con una compañera en donde pensamos que se debía haber puesto una explicación a la pregunta, entonces eso, que en las preguntas que ustedes vean que van a ser difíciles o que se crea que la gente las puede interpretar de otra forma , que se pueda dar una explicación.

Entrevistador: La idea también es que para investigadores como usted puedan llevar su ipad y realizar la encuesta.

Docente: Es bueno que las expliquen, que le pongan categorías, que le pongan digamos esa pregunta se refiere a ocupación, etc.

Entrevistador: Se podría agregar plantillas no solo de tipo de preguntas sino también de contextos, ejemplo para encuesta socioeconómica.

Docente: Sí.

Entrevistador: Docente Angela agradecemos su participación.

**Entrevista a la docente Martha Lucia Vargas Bacci.**

Entrevistador: Docente Martha nos podría contar acerca de los temas que ha investigado a lo largo de su carrera como docente y externo a la universidad.

Docente: Bueno, cual ha sido la experiencia, iniciamos con los primeros docentes que estuvimos en el programa como alrededor del 2004 en un primer ejercicio fue el determinar el uso del marketing como herramienta en las pymes Villavicencio, tomamos todos los sectores de la economía y se aplicaron unas encuestas precisamente a ellos para ver que tanto uso hacían del marketing como herramienta, ese fue como el primer ejercicio porque la verdad en la universidad no nos formamos como investigadores por eso al día de hoy tenemos una universidad que es más dirigida orientada hacia la docencia no podemos decir que la Unillanos sea una universidad investigadora porque está en un proceso entonces los que le decía ahora el primer ejercicio que hicimos fue ese.

Entrevistador: Y, ¿cómo fue la experiencia?

Docente: La experiencia fue muy buena, dura porque hacer el ejercicio no fue tan sencillo, el organizar una encuesta, una cosa es decirlo y otra cosa es ya trabajarlo hay que tener muy en cuenta los sectores hacia los que iba dirigida la encuesta en el sector primario, teniendo en cuenta esa persona que vamos a encuestar, que palabra, la forma de la pregunta, todo ; pero fue un ejercicio muy enriquecedor , ha sido por los resultados de esa investigación, ha sido grato saber que la han utilizado, porque aquí pues por lo menos en Villavicencio eso no se ve, eso no existía y fue un primer ejercicio, ya posteriormente como ustedes saben mi orientación es hacia

el agro, entonces yo ya venía con la especialización cuando ingrese a la universidad, ya en el 2006 hice mi maestría también en mercadeo productos agro entonces me metí mas en esa disciplina y conformamos equipo con los docentes que nos fuimos a estudiar fuimos los primeros magister en la universidad, era la primera maestría que había en la universidad en ese tiempo y además pues ha sido la temática que nos ha gustado y de ahí en adelante ya empezamos con la disciplina en la investigación, se empezó a expandir y ya se abrió convocatoria, ya se asignaban recursos sobre todo a los docentes profesionales.

Entrevistador: Los semilleros ¿Cómo eran?

Docente: Hasta ese momento casi no se hacían semilleros, ese era como el primer ejercicio de semillero, la universidad como tal no tiene el tema de semilleros sino grupo de estudios y en casi toda la universidad siempre dicen semilleros de investigación; y empezamos a vincular chicos, de ahí seguimos avisando con las convocatorias y de acuerdo a los estudios de contextos que teníamos con el programa entonces viendo que necesidades de investigaciones en esa disciplina se tenían y se han tenido y de ahí para acá hemos continuado , nosotros formamos parte de la red agro empresarial territorial de la Tadeo lozano y entonces hemos trabajado en otras universidades apoyados por Colciencias en estos momentos el grupo, parte del grupo porque el grupo se amplió por las exigencias de Colciencias hubo que ampliar para podernos rotar la producción que ellos exigen en tamaño, pero los docentes que hemos seguido por esta línea hemos trabajado el con el ministerio de agricultura, en este momento estamos trabajando con el ministerio de minas y energías y todo tiene que ver es con la parte agro, siempre es procurando desde el punto de vista de la política, como hacer para que ese sector se desarrolle en materia comercial porque en materia productiva se le ha invertido bastante, en el área de transformación o agroindustria se ha desarrollado muy bien, está creciendo, estos últimos tiempos que hemos

visitado Arauca, Casanare, vichada hemos visto desarrollo agroindustrial pero están un poquito estancados en mercadeo.

Entrevistador: ¿Producen, manufacturan, pero no venden?

Docente: Están muy colgados en la parte comercial.

Entrevistador: Me gustaría saber ¿cómo es la experiencia para hacer la investigación en estos sectores que usted me comenta, digamos un campesino? ¿Cómo redactó la encuesta para ellos o que pensó en ese momento?

Docente: Bueno hay que conocer ustedes lo saben, hay que conocer ese usuario para poder definir cómo iba la encuesta y de acuerdo a nuestras necesidades nos toca bajarnos a la manera en preguntar al vocabulario, también para poder que ellos nos comprendan que es lo que nosotros necesitamos y nos puedan responder, eso es clave en este sector.

Entrevistador: Digamos la encuesta nosotros la dividimos en redactar, encuestar, tabular ¿cómo fue esa redacción, complicada, normal, la experiencia lo hizo sencillo, fácil o difícil?

Docente: No fue difícil por una parte las personas han estado muy abiertas, ellos tienen una necesidad muy sentida y es de campo, por lo tanto la primera reacción si es de choque, que llegue el estado ellos ya no creen, pero cuando va el nombre al lado del estado, ellos van dentro del ministerio de minas y energías pero si ellos llegaran solitos la población no cree y eso fueron de las primeras reacciones por ejemplo en el vichada, pero cuando detrás de esos logos va universidad de los llanos, ya las personas paran y dicen bueno, la academia y ellos entran, afortunadamente también tenemos una ventaja grande y es que hay bastantes profesionales de todas las facultades, de las diferentes áreas están dispersos, entonces allá encontramos agrónomos, veterinarios, enfermeros, de mercadeo de la Unillanos y la población cree en

Unillanos, eso es un factor clave por lo tanto ya hay un nivel de confianza, se crea un nivel de confianza y eso es clave para responder la encuesta y ya con la experiencia que se tiene con las personas del campo eso es para el encuentro, entonces en el momento que vamos a realizar la encuesta, si bien es cierto que para nosotros la encuesta tiene una estructura, tiene un tipo de preguntas, al momento de preguntar yo tengo que ponerme en el sitio de esa persona, así yo sepa cómo voy a marcar, yo digo que eso es un arte, la experiencia es clave en eso, yo no puedo llegar allá necesitando recopilar información de marketing y decirles marketing, ellos conocen mucho es comercialización y es un sinónimo, sobre todo en argentina lo conocen es como comercialización, entonces hay que saber preguntar.

Entrevistador: ¿Al momento de redactar esas encuestas tubo algún problema en las respuestas que le daban? Es decir, preguntaban y decían cosas que no querían saber, etc.

Docente: Yo le comprendo y no, no hubo dificultad porque como investigador y como quien realiza la encuesta yo tengo que apropiarme muy bien de lo que estoy preguntando y necesariamente al encuestado no tengo que preguntarle textual como está ahí, conociendo que es lo que necesito que me responda entonces me toca es con mis palabras conociendo su mentalidad y el conocimiento de hasta llega el de ellos hay que darse las mañitas de que ellos contesten los que se necesita y nos e vayan por allá por las ramas eso es estrategia.

Entrevistador: A la hora de graficar, tabular ¿cómo ha sido la experiencia dado que ellos responden en su jerga, fue igual, fácil o difícil, no sé qué tipo de preguntas le harán, abiertas, cerradas en estas investigaciones?

Docente: Con ellos más cerradas, pero lo que yo le digo, necesitándose una respuesta cerrada de todas maneras a ellos hay que hablarles para que ellos lleguen a la respuesta; ablando de lo cuali, es clave escucharles y dejar plasmado inquietudes generalmente de ellos.

Entrevistador: Y en esas investigaciones ¿colaboraron estudiantes?

Docente: si ha sido una experiencia bien interesantes, hay que capacitarlos, por ejemplo de las anteriores todo ha sido papel y lápiz, la última experiencia que hemos tenido se acabaron de graduar horita, tuvimos seis compañeros de mercadeo, ahorita tenemos ocho en proceso que están trabajando, pero han tenido una experiencia interesante, no todos han podido salir por temas de recursos, de estudio, los que ya han terminado asignaturas, los cursos han podido salir, entonces son chicos que por una parte conocen Arauca, conocen Casanare se han ubicado en contexto.

Entrevistador: Usted como docente e investigadora tiene mucha experiencia en encuestas ¿A ellos cómo les fue?

Docente: bueno allá voy, a ellos introduciéndolos en contexto ya para ellos ya después es muy sencillo, familiarizarse con la población, con los lugares con todo eso ayuda y teniendo el conocimiento disciplinar y el conocimiento de nuestros investigadores, con todo esto, para ellos no ha sido difícil el colaborar porque hay unas encuestas que ya han sido prediseñadas y hay unas precisamente del sector productivo que ha tocado diseñar corrija, corrija hasta llegar hasta lo que nosotros necesitamos haciendo pruebas piloto, haciéndonos pruebas entre nosotros.

Entrevistador: Entiendo, ósea la encuesta está diseñada para que un investigador capacitado pueda comunicarla correctamente.

Docente: Sí, el chico precisamente por el tipo de disciplina siendo mercadeo pero de agro, al chico se le prepara y hacemos pruebas piloto en municipios acá cercanos, qué ha sido innovador digamos desde el punto de vista de encuesta, que en este último trabajo donde han participado los compañeritos que le digo, la encuesta ya fue en Tablet y entonces el ensayo fue mucho mayor y el ejercicio fue más rápido, para los ingenieros de sistemas mejor porque nosotros simplemente les entregamos eso, no tenemos que sentarnos, nada, ellos después nos arrojan la base de datos después de que han depurado, entonces nosotros tomamos eso para ya transformarlo en información.

Entrevistador: ¿usted ha usado nuevas tecnologías para realizar investigaciones? Y si ha sido mejor ¿la tradicional o en la nueva tecnología?

Docente: Sí, mejor la nueva tecnología, nos ha facilitado, si lo vemos de pies a cabeza, mirémoslo en lo que está de moda en el cuidado del medio ambiente, cuanto papel no nos hemos ahorrado, en total de este proyecto tiene que salir más de 3.000 encuestas, eso es impresionante el papel que se ha ahorrado, la tinta que se ha ahorrado y además lo que hemos avanzado en cuanto a facilitar el trabajo post, además de que el chico se ha fortalecido en el manejo de ese tipo de tecnologías para aplicar encuestas.

Entrevistador: y me comenta, ¿eso es una empresa externa? ¿Cómo conocieron esa nueva tecnología y no más encuestas en papel?

Docente: Porque el mismo ministerio lo solicito; Este proyecto como es interdisciplinar tenemos ingenieros de sistemas y ellos en el proyecto como tal adquieren las tablets con los recursos y ellos son los que ingresan y con la cantidad de chicos de ingeniería de sistemas que se están

graduando, ellos son los que ingresan los softwares, hacen las pruebas piloto, todo esto es con la facultad de ingenierías.

Entrevistador: Este software arroja los resultados simples o también los cruza, ¿cómo funciona el software?

Docente: No ellos simplemente mandan los resultados en una base de datos, simples, ya lo que es análisis nos corresponde a nosotros.

Entrevistador: Parte de nuestra idea es el desarrollo de una aplicación que todo el mundo pueda tener, entonces yo le voy a enumerar unas funciones que esperamos que tenga la aplicación y usted me puede decir que tan útil o inútil es y me gustaría que me aporte mucho a lo agro, yo creo que funciona en investigaciones de mercado, en tiendas, pero no sé cómo funcione en el agro y también un aporte de lo que cree que debería tener de más.

Entrevistador: La aplicación contiene plantillas para diferentes tipos de preguntas como de elección múltiple, cerradas, abiertas, de calificación o de orden, sería ¿útil o inútil?

Docente: sí es útil.

Entrevistador: La aplicación sugiere verbos y sinónimos al momento de redactar la encuesta.

Docente: Yo pienso que no sobra porque de todas maneras hay un ensayo, unas pruebas y demás, pero en el momento no falta el que no suelte y pueda trabajarlo, es importante la parte de sinónimos.

Entrevistador: Si me gustaría que usted supiera porque pensé mucho es esto, pensando en los estudiantes, cuando estaba en tercero pensaba ojalá tuviera una herramienta para esto porque no soy tan experto o ahora mismo en la tesis, para no estar explique, redacte.

Docente: Si sinónimo es clave también.

Entrevistador; La aplicación permite condicionar preguntas a otras preguntas, responde la 4 solo si contesto x pregunta.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación permite que el encuestado responda la encuesta en su casa, es decir la detengo a usted en la calle y le digo Docente me responde esta encuesta y me dice ahora no tengo tiempo y le digo me la responde en su casa cuando tenga tiempo y me la envía a mi correo, ¿útil o inútil?

Docente: Claro que sí.

Entrevistador: La aplicación permite contestar la encuesta en persona

Docente: También, claro.

Entrevistador: La aplicación envía los resultados básicos en forma de gráfica y tabla a un correo electrónico.

Docente: Genial, porque generalmente nos quedamos ahí y no sabemos que paso.

Entrevistador: La aplicación permite compartir las encuestas en redes sociales, ¿cómo funcionaría en su campo, sería útil?

Docente: le soy sincera, ni Facebook tengo, manejo correo.

Entrevistador; La aplicación podría contener métodos para buscar su población y enviar la encuesta directamente.

Docente: Sí.

Entrevistador: La encuesta permitiría, estos son aportes de otros docentes y me gusta preguntar la opinión de los otros docentes, cruzar datos, pero la opción no sería al final si no que usted escoge los datos que quieren que lleguen cruzados antes de que se resuelvan las encuestas, no sé si me hago entender, usted redacta la encuesta y termina de redactarla y dice quiero que me cruce esto y luego de contestada las encuestas le envía los datos que previamente escogió.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación le sugiere etiquetas, en caso de las preguntas abiertas, por ejemplo, esto me lo dio la Docente Geneco una Docente antropóloga, ella me dice que las preguntas abiertas son muy difíciles de manejar porque a veces llegan hasta treinta variables, entonces si la aplicación ya contara con ideas de diversos estudios sobre todo humanidades que ya tengan etiquetas, por ejemplo, esta persona está contestando penosa, etc. No sé aún muy bien qué tipo de etiquetas, entonces al momento de tener la pregunta abierta en el celular usted la pueda graficar o tabular mucho más fácil.

Docente: sí, si hay la necesidad, puede que no para mí, pero si para otros.

Entrevistador: La aplicación permite realizar prueba piloto.

Docente: Sí, fundamental.

Entrevistador: Y la idea de esta función es que tenga feedback, que la gente le diga esto está mal, esto está bien, esto suena raro, comentarios de las personas.

Docente: Mejor todavía, comentarios sí claro.

Entrevistador: La aplicación permite agregar explicaciones breves a las preguntas, nos decían que a veces la pregunta era tan compleja que siempre requería una pequeña explicación.

Docente: Nosotros si lo requerimos y lo aplicamos, por ejemplo en este último ejercicio precisamente porque si bien cierto nosotros teníamos la encuesta comercial y llevábamos chicos a nosotros nos tocaba capacitar a los ingenieros de sistemas, al electrónico, al veterinario, ellos tenían que hacer estas preguntas, entonces ellos no manejan todo nuestro vocabulario, léxico, entonces en las que nosotros veíamos conociendo el vocabulario y que de pronto en el ejercicio que se hacía en la prueba piloto había como tranca en paréntesis se hacía una breve explicación para que no se fuera a quedar trancado ahí el encuestador.

Entrevistador: Ahí lo que nosotros pensábamos era por si el encuestado no entendí parao ahora usted me dice por si el encuestador no está capacitado, interesante porque me agrego algo más.

Docente: Él puede estar capacitado pero la temática no es su punto fuerte, en este caso que son encuestas multi, toca consultar de agrícola, de pecuario, de economía, de mercadeo, entonces así se capacite, así se haga la prueba piloto siempre hay un punto en que no falta el que quede pegado y hay que ponerle una ayudita.

Entrevistador: Me sugirieron también que la aplicación de información sobre el encuestador encargado.

Docente: Eso en la última encuesta quedo, en la Tablet se sabía quién era el encuestador.

Entrevistador: ¿Qué le gustaría ver en una aplicación de estas?

Docente: Lo que decía ahorita, con la poca experiencia utilizando esta tecnología yo pienso que con lo que usted me completos horita con lo que hicimos o estamos haciendo en este último trabajo que fue con el apoyo de ingenieros, si bien es cierto que a nosotros nos dieron la Tablet con este tipo de sistema, los chicos de acá con ayuda de los docentes de sistemas mejoraron e

hicieron versiones mejoradas e incluyeron parte de lo que dice ahí y como no conozco mucho más hasta ahí puedo aportar.

Entrevistador: Pero de pronto usted me dice alguna sugerencia para personas del campo no tiene celular, ¿cómo podría hacer para que esta aplicación llegue allá, se le ocurre algo? Ya que está pensado más para las personas de la ciudad

Docente: si hay una limitación para enviarla y seguramente con ellos nos e va a dar pero para mí que soy en investigador, sí.

Entrevistador: ¿Usted estaría dispuesta a utilizare esta aplicación en futuras investigaciones?

Docente: Claro que sí.

### **Entrevista a la docente Charles.**

Docente: Normalmente cuando uno hace encuestas, bueno primero hay que ver realmente que existen algunas investigaciones que son académicas o científicas y otras investigaciones que son comerciales, es mucho más fácil evidentemente lo que tiene que ver con investigaciones comerciales, ya que digamos que las científicas tienen algo muy complejo que es la operacionalización de las variables mientras que las investigaciones comerciales digamos que eso ya está un poco estandarizado por ejemplo es común preguntar por la percepción del gusto, por la actitudes, son cosas que digamos están muy estandarizadas y se pueden homogenizar en un instrumento o una metodología mientras que en la investigaciones cuando son académicas tienden a ser muy complejas porque pueden estar hablando de la percepción del uso pero la percepción del uso necesariamente podría estar bajo un marco teórico muy diferente al de una investigación comercial podría estar por cualquier cantidad de teóricos, entonces yo lo primero

que pienso es que tienen escoger realmente hacia donde deben ir, yo personalmente pienso que sería un instrumento muy bueno hacia la investigación comercial.

Ayudante: Nosotros tuvimos la oportunidad de entrevistar a una Docente de antropología y pues no dimos cuenta que, si sería una aplicación más guiada hacia lo comercial, ya que el tema de ella es un poco más complejo de manejar.

Docente: Bueno, ya por lo menos nos dimos cuenta de que ya hay personas que se han entrevistado y pueden llegar a un lado. Si nos vamos hacia la investigación comerciales mucho más fácil, digamos que el instrumento bastante práctico, porque de alguna forma podrían tener bajo algunos objetivos y bajo algunos contextos podrían tener una herramienta que les permitiera ahorrar más rápidamente lo que nosotros llamamos preguntas validadas, la validación es una etapa muy importante en lo que tiene que ver con las preguntas, la validación normalmente tiene varias etapas, una de esas etapas digamos que es la validación en lo que tiene que ver con la redacción y la comprensión quiere decir que lo que una quiera decir es exactamente lo que usted me entiende, que no es tan fácil y ustedes evidentemente lo han indagado lo otro es que tiene que ver específicamente con algunas herramientas estadísticas y es que realmente lo que yo este preguntando tiene alguna relación realmente con lo que yo quiero saber y no lleno la encuesta de preguntas y de variables que no me sirven para nada y evidentemente porque no tienen ninguna relación para mí sería bastante valioso si tuviera esos dos contextos, quiere decir sino solamente estuviera validada a nivel de redacción y de comprensión sino que de alguna manera de acuerdo a determinados objetivos se pudiera tratar de generar alguna relación que puede haber sobre lo que se está preguntando y lo que realmente se está explicando, explicando el fenómeno; yo he visto muchas encuestas y dentro de las encuestas evidentemente uno tiene una estructura o como yo la enseño tiene una estructura de hacerlo y tengo la ventaja de que no solamente he hecho

encuestas sino que también he hecho estudios de investigación comercial a varias empresas, entonces que es lo que ve uno cuando está evaluando, cuando está validando algunas encuestas, lo primero que ve uno es que de pronto es posible que una gran parte de esas preguntas no sean necesarias porque no tienen una relación directa, por ejemplo, si usted va a hallar, digamos una investigación de percepción de gusto, un nuevo producto, digamos que cuando uno quiere evaluar o determinar un nuevo producto, uno no debería de complicarse tanto, de por sí ya hay teorías que validan determinadas variables sobre cómo es que se debe preguntar cómo es que se deben tener las variables para preguntar sobre un nuevo producto, quiere decir ya están hechas porque en la investigación comercial, digamos que ha avanzado mucho y digamos que usted no tiene que ponerse a hacer todo un análisis de variable y variable factorial para decir cómo evalúa la percepción o la preferencia de algo, cómo evalúa la percepción del precio, cómo evalúa el gusto, cómo evalúa esto o lo otro, son cosas que digamos ya están teóricamente establecidas a nivel de investigación comercial; la intención política, que como le preguntamos a la gente por quien va a votar, ya está, la idea es que yo pidiera tener un instrumento en el cual dijese yo quiero saber cuál es la intención política y automáticamente me dijese cuales fuesen las preguntas redactas sin problemas, sin nada.

Ayudante: Todos los formatos pre-escritos.

Docente: Sí y no porque digamos formatos no sino partes digamos a la intención que usted quiera, por ejemplo ustedes como investigadores se van para una empresa y la empresa le dice yo quiero hacer una investigación de mercados porque quiero vender mi producto en Restrepo porque yo lo vendo en Villavicencio pero quiero en Restrepo, es evidentemente lo que lo que aquí vamos a ver es una serie de preguntas que hagan que de alguna manera usted pueda tener confianza en que realmente las personas de Restrepo sí realmente quieren el producto o no y que

esas preguntas estén validadas e inclusive este predeterminado un tipo de análisis que también se puede hacer para poder hacer algunas inferencias, entonces que usted listo no hay ningún problema nosotros tenemos la herramienta, la herramienta dice que para poder determinar si un producto o servicios en otro mercado tiene viabilidad se deben hacer estas preguntas, casi que si ustedes se asociaran con alguien que tuviera un software podría decir producto y aquí pone marcar Desarrollo de mercados, penetración de mercados, introducción de nuevos productos, actitud, preferencias, intención de voto, como en un comando o inclusive varias, análisis de percepción de precios y marca análisis de percepción de precios y automáticamente le salen las preguntas que ya están diseñadas, predeterminadas, seguramente el investigador o ustedes como consultores van a tener que hacer algunos cambios o algo pero te ahorraste diez mil cosas, primero porque el modelo teórico lo que te va a preguntar, ya está sustentado porque ustedes ya lo han determinado, pues eso no nos lo inventamos nosotros, eso está respaldado , cuando usted va a hacer un análisis de precio hacia la comunidad usted tiene que hacer estas cuatro preguntas, todo el mundo las hace, ya están desarrolladas, además eso no lo inventamos nosotros eso está fundamentado y sustentado en estas y estas investigaciones, pero además las formas y las variables están determinadas y pre-determinadas, porque una cosa es la pregunta y otra cosa es la escala que tiene que ver con la intención, porque no es lo mismo preguntar cómo le parece el precio alto, medio, bajo o usted podría decir caro, barato o usted podría decir en una escala del 1 al 10 o eso va a depender mucho es de lo que usted requiera como investigador, pero lo que usted requiera como objetivo de investigación ya está predeterminado, para que lo quiere, lo quiere para introducir el producto, lo quiere para evaluar cómo ven el producto o el precio del producto, entonces de acuerdo a esas tres cosas podría hacer una escala, si es para introducir el producto pues la gente no tiene anclaje de precio por ende la escala es muy diferente a una escala

de un producto que ya está, pues digamos que si el producto ya está, usted le puede preguntar con toda confianza a la gente a usted le parece caro, justo o barato pero si usted dice voy a vender estas gafas en el mercado como le parece el precio pues la escala no puede ser esa así de simple pero les tengo una buena noticia ya hay escalas para hacer eso, para preguntar de cuando los productos ya están en el mercado y no tienes que invertir diez mil cosas cuando ya están creadas y fundamentadas, esto lo digo es porque a mí personalmente me parece una herramienta fabulosa y un ejercicio de trabajo de grado bueno pero es dispendioso pero puede ser interesante.

Entrevistador: En este caso usted me está hablando de las investigaciones que llevan años en el mercadeo, quiero saber ¿Qué puede proponer usted para investigaciones de campo? ¿Cómo hago yo para convencer al investigador como usted que hace investigación más de campo, pueblos?

Docente: Bueno nos vamos a investigación de todo tipo pero digamos si nos vamos a la investigación comercial normalmente las personas tienen preguntas de investigación que es lo más fácil, quieren saber algo, entonces si yo quiero saber algo, yo quisiera meter mis preguntas de investigación y quisiera que me dijese como tres cosas, primero la fuente, donde podría tener yo esa respuesta, segundo que de acuerdo a la fuente me dieran un grado de confiabilidad, esta gente tiene este grado de confiabilidad y tercero con relación a esa fuente a ese grado de confiabilidad me propusiera instrumentos y dentro de esos instrumentos me propusieran lo que hemos estado hablando que tipo de puede ser una encuesta, puede ser una entrevista, si es una entrevista puede ser puesta a escalas, que tipo de preguntas, etc. Hablamos que es mucho más fácil para cualquiera, las preguntas.

Entrevistador; sí es interesante porque ahora usted ahondo sin mentirle como diez veces más de lo que nosotros estábamos pensando pero no del hecho de que, esto si lo habíamos pensado pero claro cuando nosotros planteamos la idea de la aplicación, por qué la planteamos, vimos que

gente como nosotros estudiantes ya de decimo, pero cuando estábamos en quinto o en tercero ya hacíamos investigaciones no hay una herramienta nosotros nos veíamos forzados a ir señor es tan amable, entonces dijimos bueno una aplicación para los estudiantes pensamos en primera instancia e investigaciones pequeñas, es por eso que como usted dice la aplicación para investigaciones de campo no está golpeando muy bien, claro a lo largo de esta investigación nos hemos dado cuenta de que la investigación en campo no está siendo factible y es lo que en este momento queremos mejorar, que para personas investigadoras de verdad, que están investigando para Colciencias digan yo quiero usar esa aplicación para realizar mis encuestas pero entonces la aplicación no es para nosotros ser consultores que es lo que yo estaba pensando en un futuro yo quiero ser el consultor de empresas pero en la aplicación yo estaba pensando en un software libre, que las personas descarguen la aplicación desde el celular y sean capaces de redactar la encuesta de recibir datos básicos, de elegir qué tipo de preguntas abiertas, cerradas, de filtro, etc. , esa la idea fundamental y ahora que usted lo plantea de que ponga plantillas, claro me acaba de abrir un mundo muy diferente.

Docente: Pero la idea no es complicarnos, sino que ustedes tengan claridad en la herramienta y qué podría solucionar también.

Entrevistador: Bueno me dio muchas ideas en este momento, claro profe, pero entonces yo me pregunto, en esas investigaciones donde ya existe, yo cómo puedo hacer para poner esas fuentes que usted me propone porque es que las investigaciones son infinitas y yo no puedo conocer que quiere cada investigador.

Docente: Mira que es más fácil, lo primero que te digo es que si te metes con investigaciones científicas eso es muy complicado porque evidentemente lo primero que hace una investigación

científica es de acuerdo a que tipo sea, por ejemplo, investigación exploratoria, causales, descriptivas, etc.

Entrevistador: Mi mercado sería en el caso de la Docente Martha, ella nos comentó que hizo una investigación en Arauca para saber la cadena de productos..., y yo pensaba bueno en ese mercado se puede pero ahora pensemos en otro mercado muy aparte no sé biología ya es muy complejo que aplique ahí, claro pero entonces yo decía, la aplicación puede llegar a servir si digamos yo quiero saber la distribución entre el campesino y la ciudad más cercana, pero entonces yo como puedo recomendar al investigador, digamos en este caso al Docente Charles, le digo profesor Charles vea use esta aplicación y usted me dice pero yo voy a hacer una investigación de cadena de distribución, ¿qué le gustaría ver en esta aplicación? ¿Qué quiere que le sugiera, que le diga? Y cómo podría yo, es que digamos lo de las fuentes, es que es buena idea pero a la vez me parece tan difícil de llevar a cabo, y ese grado de confiabilidad es que me gusta demasiado pero, bueno, le voy a comentar un poquito de lo que me están comentando los otros docentes, a ver la idea de la aplicación era una idea muy sencilla, crear encuesta clic, crear pregunta, entonces qué tipo de pregunta quiere formular abiertas, cerradas, de escala, de correlación, bueno de correlación plantillas,, estas son las preguntas de correlación muy básica, claro también había plantillas de encuestas generales y también encontramos que las personas nos sugieren que Allan notas de voz para las preguntas cualitativas, también nos sugirieron que es también muy importante que la aplicación realice las pruebas piloto, entonces ahí por ese lado yo pienso que podríamos abarcar el tema que usted decía de que las preguntas sean las que son, que cumplan sus objetivos, que no respondan lo que es y que las escalas sean las correctas si los pilotos están bien hechos o usted cómo me sugiere, qué hago, ósea usted me abre un mundo totalmente aparte.

Docente: Lo que yo le digo es que podría tener como algo de flexibilidad así para que el investigador pueda manipular y hacer, podrían haber propuestas ya predeterminadas dado que ya hay formas de medir las cosas yo lo que digo es quiere facilitarle la vida al investigador, sí, ya hay formas de medir cosas, quiere decir si el investigador quiere medir determinada actitud, ya hay como hacerlo si la investigación automáticamente por ejemplo en el manejo que usted dice es para niños que no saben escribir, automáticamente entonces se abren todas las opciones de escalas que son infantiles y preguntas que son para niños, ahora bien lo que puedes hacer también es un software que pueda ser alimentado y que pueda ir aprendiendo a medida que lo vayan alimentando los mismos investigadores, entonces al ser libre también estas personas cuando accedan a él le enseñen al software para que este conocimiento se vuelva un poco más social, entonces en el momento en que yo como investigador analice y meto una escala esa escala es posible que la puedan usar todos los nodulos que estén alrededor de mi software, quiere decir también, tiene que ver con a quien está dirigido, que te va a abrir opciones, que es lo que hace que te abrir opciones, quien lo hace que te va abrir opciones.

Entrevistador: Entonces podría ser que la aplicación tenga un modo básico muy sencillo y un modo avanzado para ahondar en los temas de investigación más serios,

Docente: Bueno todo es serio, imagínese un tipo que necesita invertir quinientos millones de pesos para vender algo y necesite solamente medir el mercado potencial y su actitud, es serio así sea un poco más sencillo, las palabras serian entre más sencillo y más complejo.

Entrevistador: Bueno con usted empezamos de una vez y no con el orden de las preguntas que teníamos, entonces voy a empezar a decirle, pero no se preocupe en ese poquito tiempo usted me dio 10 ideas. Profe cuéntenos un poco su experiencia investigando, en general

Docente: Bueno a nivel general o en las investigaciones que yo he realizado siempre digamos uno debe empezar por conocer los referentes teóricos, ejemplo yo horita hice una investigación sobre las relaciones comerciales en el sector agropecuario que tiene que ver con palma y transformadores, productores y transformadores, y las grandes dificultades que tiene uno realmente que es lo que quiere demostrar, entonces uno se plantea unas hipótesis, por ejemplo que en las relaciones comerciales entre productores de palma y transformadores existe inequidad, normalmente por qué, porque esa inequidad realmente es una relación de poder que va en contra del productor que casi siempre los que tienen por ganar son los transformadores, los que están más cerca al cliente van a tener más poder, entonces la primera discusión era sobre, cómo nosotros preguntar y validar que eso realmente es cierto, cómo le preguntamos al productor y al cliente, entonces teníamos varios inconvenientes, el preguntarle al productor, el preguntarle al transformador si cree que la relación comercial es equitativa o no equitativo, entonces en esencia pensábamos que si le preguntábamos al transformador , él siempre va a decir que es inequitativa pero también si le preguntábamos al productor, corríamos el riesgo que inequitativa o equitativa y pues entonces necesitaríamos meter una palabra y empezamos a meter una palabra que era la Percepción de equidad , porque la percepción de equidad ya sugiere que no importa si la relación es equitativa o inequitativa, realmente es la percepción y hay yo soluciono el problema, es muy diferente si existe o no existe equidad a si se percibe o no se percibe equidad, ejemplo hay gente que se gana veinte millones de pesos mensual, cualquiera de nosotros si nos preguntan diríamos esa gente está muy bien pagada pero usted le pregunta a esa persona y esa persona puede decir yo estoy muy pagado porque gano bien por mi trabajo o puede ser que esa persona diga yo me siento muy mal pagado, porque uno cosa es realmente lo que gana con relación al contexto y otra muy diferente lo que usted siente o percibe, entonces cuando tú te vas a la percepción de equidad

te encuentras con dos teóricos que hablan sobre la equidad percibida y el valor agregado del beneficio y cómo se mide eso, en que escalas se pueden medir y que escalas se deben manejar para poder medir eso, y manejamos entonces una Escala de Likert, de actitudes, de percepción y manejamos sobre esa escala algunas variables que digamos me permitan saber si hay equidad o no, pero la equidad percibida en el proceso transaccional puede ser muy grande, muy largo, entonces lo que hicimos fue tratar de indagar exactamente sobre que variable podrían estar la equidad percibida, entonces hallamos que la equidad percibida en el intercambio esta por la entrega, puede ser equitativo todo pero la forma en que usted me entrega es inequitativo porque yo creo que no hay equidad en la forma en que usted me exige que yo le entregue en producto, usted me exige que yo le entregue el producto limpio, que se lo entregue en tolas, etc. Entonces no es justo o puedo percibir que si es justo, que puede estar en el precio, que el precio que usted me da si es equitativo o no, o en la relación, es decir al buscar maso menos o en el lugar, si es equitativo que yo se lo entregue acá pero si yo se lo llevo allá, no, es decir hay unas condiciones que permiten manejarlo , porque usted no puede decir simplemente usted siente que la relación con su cliente la percibe que está dada en la equidad, entonces yo puedo decir sí, ojo que también hay que tener mucho cuidado cuando hablamos de equidad que estamos hablando de justicia y de igualdad, la equidad es un concepto en mercadeo mucho más ligado al Marketing Relacional, que son las teorías que yo manejo, las teorías que yo manejo en el sector agropecuario son puro Marketing Relacional, Teorías de Grönroos , todas las temáticas de Marketing Relacional, entonces en ese proceso empiezo a categorizar y decir pueden haber 20 variables pero yo me caso con estas porque estas son las que digamos son las más relacionadas, hay teóricos que determinan que son las más relacionadas si yo no tuviera esos teóricos tendría que validarlas pero al fin también las valide porque en el momento en que yo le hice la entrevista a 200

productores, los puse en el Spss saque un modelo de regresión y empecé a evaluar una por una y una bajo unas variables como las de Cronbach que es la más pertinentes, determine si era o no significativa que eso ustedes lo aprende en investigación cuando es 0,5 puede ser que si sea significativa, entonces esas variables empiezan a ser significativas, pueden de alguna manera interpretarse como tal.

Entrevistador: Eso que usted nos acaba de comentar de la redacción de la encuesta maso menos cuánto tiempo le tomo darse cuenta que no puede usar esa palabra, cambiarla, redactarla.

Docente: Bueno hay ahí como varios estadios, primero podría haber durado maso menos como unos cuatro meses en tratar de indagar realmente si esa era la palabra pero inclusive llegar a la palabra era ya un trabajo, un avance, medir la relación comercial entre productores y transformadores, digamos que aquí en Colombia en Latinoamérica no hay tanto, la mayoría de las personas, los profesionales en mercadeo se han dedicado más a lo que es el mercado de consumo, al perfil del consumidor, a precios, etc. Pero tienen muy poco en lo que es el Marketing Relacional Empresarial y más en lo que tiene que ver con el productor.

Entrevistador: La primera parte de la cadena; claro no tenía referencia y por eso se tardaba tanto.

Docente. Sí, si uno tiene los referentes puede hacer que sea más fácil, por ejemplo, ahorita que estoy indagando en mis estudios sobre una forma de medir que sea un poco más aceptada a nivel mundial, que está más validada, me encuentro ahorita con un modelo que se llama es muy nuevo no recuerdo el nombre, mide 5 variables 3 positivas y dos negativas para poder determinar las relaciones que pueden haber entre partes para poder manejar la lealtad.

Entrevistador: ¿Es un modelo generalizado o solamente para percepción?

Docente: Es un modelo de percepción y hay varios modelos de percepción, por ejemplo en servicio al cliente, cuando ustedes vieron de pronto servicio al cliente, hay unos hindúes que estudiaron en la universidad de Massachusetts sino estoy mal creo que se llama zeitham jaromír y es muy conocido por el modelo de las cinco brechas, miden los niveles de percepción entre cliente y maneja mucho el consumidor final quiere decir que si el servicio es bueno o es malo es muy bueno para evaluar el servicio.

Entrevistador: Entonces buscar asesoría a docentes como usted que nos ayuden a buscar referentes en esos nichos de mercados perdidos para poderlos recomendar dentro de la aplicación.

Docente: Sí, pero yo pienso que eso es hilar demasiado fino.

Entrevistador: podríamos tocar temas muy generales, no hablar tanto de la cadena de distribución sino percepción, entonces aplicar referentes de percepción, referentes de precio, referentes no sé de cualidades intrínseca en el consumidor.

Docente: Lo que pasa es que ustedes se pueden también no meterse tanto con los teóricos sino con las escalas, meterse más con las escalas, vuelvo y digo el investigadora va decir yo necesito medir la percepción que tienen sobre la marca eso es una investigación, percepción sobre la marca es una categoría, entonces lo primero que va a mirar es, qué necesita medir sobre la percepción de la marca, la identidad de marca, el valor de marca, la equidad de marca, bueno toda la teoría de la marca y se puede medir, entonces usted ve que en cada cosa hay teóricos, bueno usted le dice al señor investigador usted quiere medir, él dice el valor de la marca, usted dice bueno el valor de la marca se puede medir con estas escalas, con estas variables, hay disponibles estas y estas escalas, lo que pasa es que también hay una cosa que es cierto y es que a

veces la decisión de investigar tiene que ver con recursos, quiere decir es posible que la investigación, que usted necesite mucha más profundidad pero no pueda y entonces se limite y limita la investigación porque no puede por los recursos.

Entrevistador: Bueno, duro 4 meses maso menos redactando esa encuesta ¿qué le hubiese facilitado redactarla, haber encontrado tal vez exponentes?

Docente: ¡Claro! Si hubiese encontrado los referentes rápidamente, lo otro es que si estamos hablando específicamente de los referentes si yo hubiera tenido por ejemplo un instrumento que me permitiera decir la mejor forma de preguntar en determinadas escalas me hubiera facilitado mucho, por ejemplo la Escala de Likert aun siendo tan popular, ustedes saben que hay que redactarse en positivo, en afirmación no puede , es muy compleja, entonces uno quisiera como tener las opciones para poder redactarle de una manera mucho más fácil, porque es una escala bastante compleja.

Entrevistador: Me gustaría que de pronto en otro momento usted nos pudiera ahondar un poco más en las escalas.

Docente: En escalas le puede ayudar mucho más los psicólogos.

Entrevistador: Pero en escalas cualitativas, pero en cuantitativas...

Docente: Es que las escalas cuantitativas realmente no son sino solo una, las escalas de razón, yo le voy a dar un ejemplo una vez un estudiante me trajo una encuesta y llego y me dijo profe mire quiero caracterizar unas personas en ingreso, entonces le puso los que ganan de 0 a 1'000.000 y yo le dije pero para qué, hay se pierde la mitad de la información , ponga una línea en que ponga el valor, que si usted necesita categorizar como quiera lo hace, ya hasta el mismo software me permite hacer las categorías o al menos que tenga un marco de referencia y es ahí lo más

importante, si usted va a medir el ingreso a una persona pero si usted tiene un marco de análisis se te va a facilitar.

Entrevistador: Bueno, que pasa que porque nosotros también pensamos en la aplicación de celulares, porque el celular tiene toda su información, por ejemplo usted va a usar una aplicación y le dice activar GPS y la aplicación ya sabe todo el tiempo donde está usted parado, porque está conectado a Google todo, básicamente nosotros tenemos la información más básica de las personas en todo el tiempo, entonces como añadido nosotros decíamos que estamos en la capacidad como aplicación de decirle a usted como investigador, yo soy capaz de llegar as u público objetivo, porque yo tengo la información, yo soy la aplicación y eso no es ilegal, entonces por ejemplo el profesor Charles me dice yo estoy buscando campesinos de Arauca si tiene celular yo puedo hacer llegar esa encuesta a su público objetivo, hasta el nivel adquisitivo se sabe por el celular , cuando fue a la tienda, cuando compro, lo digo porque, no sé si usted ha visto esa noticia de una ministra en Alemania hizo su investigación y le pidió a la empresa celular que le diera toda la información que tuviera de ella del celular y la empresa se negó y ella demandó por ende la empresa de celular tuvo que mostrarle todos los datos que tenia de ella y hasta los parientes sabían, y pues yo me quede pensando un poco a mi favor y en que podía hacer uso de esa información, no de forma mala sino para colaborar al conocimiento, entonces por qué le comento todo esto, porque creo que de esa manera al investigador se le puede facilitar mucho la investigación, bueno ahora tocando otro tema, ¿Fue muy complejo analizar esos datos que usted encontró en el Spss?

Docente: No porque cuando uno hace la escala o lo hace en el instrumento ya debe saber, si usted lo hace y no lo ha hecho antes pues usted comete un error porque si usted necesita por ejemplo hacer unas pruebas determinadas y usa la escala equivocada ya no puede hacerlo.

Entrevistador: Muy importante la Prueba Piloto, ¿Cuánto se demoró la prueba piloto que le toco hacer?

Docente: La Prueba Piloto se demoró por hay uno 15 días.

Entrevistador: y ¿no tuvo correcciones?

Docente: Si, claro, eso por más que uno crea que está perfecto hasta que uno no lo meta al público no sabe si realmente se entendió bien, si realmente se maneja, además que la prueba piloto tiene otra etapa, no solo es la prueba piloto en el campo, sino que también en la base de datos porque cuando usted procesa datos con esa, te das cuenta si realmente los datos que salen de esa prueba son y pueden manejarse.

Entrevistador: Bueno, nosotros pensamos en lo de las pruebas piloto pero la Docente Martha nos decía bueno que las personas mismas nos digan, pero ese feedback incluiría no solo a las personas sino también a otros investigadores, ¿qué opina usted? , nosotros como herramienta proponemos hacer prueba piloto y lo que la aplicación hace es enviarle al número indicado de su muestra piloto a x personas y ellos van a responder y ella nos decía ojala poder comentarios de las personas, no entendí esto.

Docente: Pues yo por lo menos en una prueba piloto no le digo a la persona si lo entendió o no, lo único que le digo a la persona que conteste y de acuerdo a lo que conteste yo sé si entendió, yo le digo a la gente, cuál es su nivel de ingreso y si la gente me dice alto, entonces yo sé si eso me sirve o no o incluso puedo hacer validaciones con algunos software estadísticos, incluso cualitativos, si la escala corresponde o está mal, si yo sé cuánto es el ingreso de esa persona y esa persona me dice que era bajo pero yo sé que es alto, entonces ahí tengo un problema y lo que voy

a hacer es que voy a preguntarle a una persona algo que ella me va a contestar erróneamente y yo puedo tomar decisiones, es un poco más complejo pero se puede hacer.

Entrevistador: Ha tenido ese problema, lo que acaba de decir, de que pregunta algo la persona contesta...

Docente: Sí claro, bastante, uno lo tiene y eso es muy común incluso me ha tocado quitar preguntas, es decir aun recolectándolas todas, hice tantas preguntas y me ha tocado perder hasta dos porque simplemente no me sirven para nada y es un error, no debí haberlo cometido, pero lo cometí, prefiero no usarlas.

Entrevistador: Yo le pongo mi ejemplo yo cuando redacto mis encuestas, busco las palabras más indicadas para que para la persona sea muy digerible y hay veces que por ejemplo lo dejo abierto, yo quiero que me diga exactamente esto y lo uno quiere como investigador es eso y trata de inducir un poco, yo sé que la respuesta va a ser esta pero poco me escribían, poco pero si la deje abierta para que me indagara pero nada y eso ya no es culpa del investigador sino que a veces las personas se están negando definitivamente a contestar.

Docente: O de pronto que necesitas incitar para que la persona diga más de una palabra, por ejemplo, exprese en cinco palabras tal cosa, eso se usa a veces como estrategia para que las personas tiendan a dar más; Yo siempre he dicho una cosa, si uno puede cerrar la pregunta mucho mejor, existen varias metodologías para manejar preguntas abiertas, yo por lo menos en una encuesta trataría de usarla lo menos posible, en una encuesta no lo haría, para eso sirve otro tipo de herramienta como las entrevistas.

Entrevistador: Sí es una buena recomendación mitigarlas, porque otras de las características que no has comentado es, que la aplicación permita crear etiquetas en preguntas abiertas para

verbalizar, aunque lo que usted dice este tipo de investigaciones no deberían tener preguntas abiertas

Docente: Sí, habría que ver también eso de tomar la decisión que el instrumento que ustedes van a diseñar no es que vayan a solucionar todo

Entrevistador: La idea más básica con la que partimos, claro es que nos encontramos con un muro grande nosotros que partimos de muy jóvenes en experiencia comprado con ustedes los docentes que han investigado mucha gente de muchos tipos, de mucho lugares y nosotros solo hemos investigado un poco como estudiantes, y pues hemos chocado mucho con la experiencia, conocen tantos mercados a los que nosotros no nos hemos enfrentado que empezamos a pensar fue solo en mi problema que eran los estudiantes y también hecho encuestas políticas puerta a puerta y me han dicho que no y yo creo que era por el tiempo pero si yo tengo la oportunidad es que usted me puede contestaren su casa cuando pueda.

Docente: O de pronto no, usted le dice contéstenme y le puede asignar un sistema de puntos o un numero para una rifa, la gente te contesta 2 o 4 preguntas, pero tú tienes que hacer un esfuerzo mucho más grande para investigaciones más grandes; No es fácil que las personas contesten cosas, yo pienso que debería haber una recompensa.

Entrevistador: ¿El profesor tiene alguna aplicación que use constantemente en su celular?, por ejemplo, whatsapp.

Docente: Sí whatsapp, Facebook y todo eso.

Entrevistador: Entonces lo que nosotros pensábamos era meter las encuestas en esas aplicaciones, por ejemplo, Candy crush, juego de ese tipo para jóvenes, whatsapp para gente más adulta, entonces desea una vida en este juego conteste estas encuestas, de Spotify desea puntos

para descargar una canción, conteste esta encuesta, esa es nuestra recompensa, pero para la gente de a pie es mucho más complejo darle la recompensa, entonces no sé creo que la disonancia igual se baja.

Docente: Nosotros por ejemplo horita que hicimos con unos de sus compañeros el estudio de impacto de los egresados, realmente nosotros teníamos primero que pedir el favor, aunque teníamos el aplicativo para enviar, teníamos que pedir el favor antes, pues la gente con solo mandarle la invitación no, aunque también se juega con el porcentaje, usted lo nada y solo digamos el 20% va a prestar atención y usted sabe que con ese nivel de respuesta le es suficiente pues bien, se lo envías a 2.000 personas y te responden 200 y con esas doscientas tomas la decisión pues está bien, es algo que también ya está analizado y estudiado, yo me imagino que en Marketing Electrónico ya debe haber unos porcentajes de respuesta.

Entrevistador: ¿Usted como hace para distribuir las encuestas? ¿Cómo hizo para contactar esos transformadores?

Docente: Si para los transformadores y todos usamos la base de datos de la gobernación lo que tiene que ver con productores.

Entrevistador: ¿Fue puerta a puerta?

Docente: se le asignó un código a cada uno y por zonas porque había tres zonas, se prorateo la muestra con un número y se identificó aleatoriamente a cada uno de ellos y se fue uno a entrevistarlos.

Entrevistador: y ¿cómo fue la respuesta de esas personas?

Docente: como la encuesta necesariamente la habíamos predeterminado que era ínsito, entonces normalmente cuando ibas y las personas ya sabían que íbamos, íbamos con carta de la universidad, pero pues todo depende del tipo de investigación, yo estoy hablando de una más hacia el sector industrial, las empresas, son productores grandes, cultivadores, es otro cuento.

Entrevistador: A nosotros también nos ha tocado investigar en empresas, pero a nosotros como estudiantes no nos abren las puertas, entonces quería saber cómo era esa experiencia a nivel más experto.

Docente: Lo que pasa es que depende también de lo que va a pregunta, nosotros teníamos que preguntar cosas muy privadas y teníamos que dar la confianza, de igual manera ustedes saben que ahorita no se puede preguntar sin que la persona acepte y sin que usted le muestre que sus datos van a estar bajo la ley, entonces ahorita nos toca casi que si yo voy a hacer una encuesta decirle a la persona que sus datos van a estar protegidos, estos datos no son específicos son inferenciales y sus datos no van a aparecer sino que va a aparecer el resultado general.

Entrevistador: Profe ¿Alguna vez ha usado alguna herramienta de las nuevas tecnologías?, ¿cuál?

Docente: Hace poco use la de Google Docs.

Entrevistador: ¿Cómo fue?

Docente: El rector me solicito que le hiciera un sondeo en Granada para los nuevos programas de la sede y entonces yo me contacte con los colegios y les dije que les iba a llegar a los estudiantes un link, entonces que por favor lo contestaran, lo contestaron alrededor de cuatrocientos estudiantes.

Entrevistador: Pero en este caso la herramienta fue útil porque usted tenía un contacto directo, y en esta situación era muy explícito los estudiantes de este colegio, pero si le hubieran hecho una encuesta de, haga situación de compra en Villavicencio, ya no puede decirle a alguien me hace el favor, ¿cierto?, mi problema con esas aplicaciones lo que usted dice toca compartir el link o toca compartirlo en Facebook y no sirve porque sus amigos no son su población objetivo, entonces yo decía, no sé si abra usado herramienta, pero claro lo que nuestra herramienta propone es que no necesita compartirlo porque la encuesta va a llegar al público objetivo, no sé qué tan útil le parezca usted eso, ¿le parece que es más eficiente mi hipotética herramienta a la de Google Docs?

Docente: A mí me parece que podría ser más completa la tuya.

Entrevistador: Me gustaría saber alguna última observación, un último aporte, ¿qué haría que usted utilizara es aplicación como método preferencial?

Docente: Yo pienso que puede ser libre pues tampoco todo debe ser negocio, que tenga una fase libre y una fase Premium que es mucho más elaborada, más escalas, más referentes, oportunidades de diseño, etc.

Entrevistador: Sí eso es lo que estábamos pensando, yo estaba pensando la puedo poner barata de pago o ponerla gratis y que me paguen por publicidad.

Docente: Yo pienso que puede hacer las tres cosas, la básica con publicidad que es más para estudiantes para usarse en la parte académica, y ya para un profesional ya algo más sofisticado, ya una Premium, el que es profesional y todo, no quiere publicidad.

Entrevistador: Pero ¿qué podría yo hacer para seducir al profesor Charles?

Docente: no, a mí me parece esto ya interesante porque si yo estoy haciendo una investigación y llego a un nivel en que necesito ya como las preguntas de investigación y necesito construir de pronto unas herramientas, pues a mí me gustaría de pronto tener la posibilidad de meterme en estos software para ver las posibilidades de preguntas y poder ver las escalas y armarlos y eso me evitaría mucho problemas de diseño, de manejo de escalas, si esto me permite después sistematizar rápidamente, cuadrar y que sea compatible con el Excel, si funciona, es interesante.

Entrevistador: Profesor Charles le agradecemos su opinión.

### **Entrevista a la docente Wilson Giraldo Pérez.**

Entrevistador: Profesor Wilson ¿podría comentarnos un poco sobre sus investigaciones como profesional, estudiante, en su rol como investigador?

Al inicio con uno es estudiante o cuando recién sale al mundo profesional en las universidades siempre nos enseñan que la mayor investigación, que la más útil es la cuantitativa y de hecho la mayor parte de las investigaciones que hemos desarrollado han sido investigaciones cuantitativas, pero no todos los público se pueden abordar mediante investigaciones cuantitativas y es ahí donde nos hemos dado cuenta que también se requiere hacer investigaciones muy cualitativas y obviamente el procesar datos cuantitativos es absolutamente diferente a procesar datos cualitativos.

Entrevistador: En su experiencia con investigaciones cuantitativas ¿qué ejemplos de mercados no podría procesar con datos cuantitativos?

Docente: Bueno a nivel cualitativo un ejercicio empresarial que hicimos fue de toda una proyección para la unidad de Licores del meta para determinar percepciones hacia el consumo de licores aguardiente y ron, hace ya casi unos diez años hicimos ese trabajo con empresa, las

investigamos digamos que un poco más académicas han girado en torno a la innovación y a la comunicación pero recientemente trabajamos también para el instituto de turismo estableciendo los perfiles de los turistas desde un punto de vista muy cuantitativo, haciendo las descripciones de ellos.

Entrevistador: ¿Cómo fue esa experiencia para redactar esa encuesta, complicado o sencillo?

Docente: Digamos que la fuente de información de lo que yo quiero preguntar siempre son las empresas, la empresa es que me dice a mí, aquí solo para poner un ejemplo voy a bavaria, y allí me dicen Wilson quiero que evaluemos la satisfacción que tienen las personas con el sabor de Ponymalta, entonces la empresa es la que determina exactamente el tema que pretende investigar, viene la propuesta de los investigadores a decirle bueno la satisfacción la podemos investigar a partir del sabor, del olor, el color, el tamaño, el precio y ahí vamos ajustando todas las variables que la empresa dice, la empresa dice así me digan que el precio es caro yo no lo voy a cambiar entonces eliminemos de una vez precio, entonces las empresa son las que terminan filtrando y digamos que acortando el modelo porque es lo que ellas quieren investigar.

Entrevistador: ¿Se ha encontrado en la situación de que redacta una pregunta y las personas contestan de otra manera (yo sé que uno hace pruebas piloto para evitar todo ese sesgo, pero es imposible muchas veces, en mi caso evitar eso) le ha sucedido?

Docente: sí, y son dos situaciones claras, voy a trabajar con Philips Morris, la primera pregunta es ¿usted fuma? entonces la gente le va a decir no, muchas gracias, entonces usted no hace parte de mi público objetivo, ¿usted fuma? Sí, entonces usted hace parte de mi público objetivo, primera pregunta podría indicarme en un rango de 1 a 5, de 6 a 10 o 10 a 20 cuántos cigarrillos se fuma al día, la persona por pena casi siempre se va a los rangos inferiores porque utiliza algo

que se llama Respuesta Socialmente Aceptadas, ¿está bien que yo fume? No, ha entonces yo voy a fumar, pero poquito, así se fume una cajetilla al día, él no te va a responder exactamente que se fuma una cajetilla al día y va a decir que se fuma entre 1 a 5, entonces no solo es que respondan mal, sino que responder de una forma digamos socialmente aceptada y correcta y no es la realidad de la información que él tiene.

Entrevistador: Como investigador ¿cómo enfrenta esas situaciones?

Docente: De entrada, por eso toda la investigación tiene un Margen de error porque yo como investigador siempre tengo que estar convencido de la desconfianza del dato, el dato no siempre es real, siempre va a haber una margen de error, ¿qué debo hacer? Tratar de hacer preguntas donde tú no tengas y no te veas obligado a contestar un dato rígido sino ser un poco más flexibles y los rangos son los que permiten eso, ¿cuántos te fumas? De 1 a 5, 5 a 10, pero es que de 5 a 10 puede ser 5, 6, 7, 8, entonces la gente te va a decir como de 5 a 10 y yo sé que me fumo medio paquete al día, estoy en un rango de 5 a 10, entonces muchas veces los rangos facilitan que la persona, ojo no me dijo una mentira, digamos que me oculta parte de la verdad.

Entrevistador: Bueno, y al momento de tabularlas ¿Es fácil, difícil, hay preguntas con las que usted se encuentra, ejemplo las mismas preguntas abiertas uno dice están son mejor evitarlas?, me he encontrado con muchos docentes que ya he entrevistado y me dicen yo evito las preguntas abiertas porque tabularlas definitivamente es un dolor de cabeza o preguntas de algún otro tipo, ¿le ha sucedido, ha evitado preguntas para evitarse luego la tabulación?

Docente: No por una razón si trabajo con preguntas abiertas convierto la investigación en cualitativa y el tratamiento del dato va a ser totalmente diferente porque hay software que me procesa otra cosa, entonces yo puedo en una pregunta, por ejemplo si eventualmente tuviera una

pregunta abierta en un cuestionario de una investigación cuantitativa, lo que se mide es un término que se llama la Densidad de la respuesta, que tantas veces se repite la misma respuesta y yo lo que mido es la densidad, no mido toda la respuesta, no la convierto, entonces tú me dice el color que más me gusta es el color amarillo , yo tengo entre los preferidos el color blanco, azul y amarillo, entonces tú me dices yo no tengo ningún color preferido pero a veces prefiero el amarillo entonces mire que las respuestas eran totalmente diferentes pero todas me daban una densidad en colores, que el amarillo tiene una densidad mucho mayor que el azul, que el gris entonces el dato cualitativo termina, no convertido en cuantitativo pero si midiendo digamos el concepto de Densidad de la respuesta.

Entrevistador: Dentro de la respuesta aparece mucho esa palabra, pero no quiere decir que esa sea la preferida.

Docente: Ni que es el 60%, sino que yo digo es la que más veces aparece, entonces digamos que no las evito y si debo hacer todo el cuestionario abierto lo paso a una investigación cualitativa que no procesaría el dato de esa forma.

Entrevistador: Usted en esa situación ¿una por una tiene que ir buscando esa palabra?

Docente: Sí.

Entrevistador: Y ¿si la aplicación le ofreciera la posibilidad de decir esta palabra apareció tantas veces?

Docente: ¡Claro!, digamos que esa sería la mejor ganancia, por una razón, cuando yo tabulo edad 18 años y 18 años es el código uno, yo escribo código uno, uno, uno, y es muy rápido analizarlo y cuando tengo el formato en la cabeza lo miro y ya de que estamos hablando pero cuando tengo preguntas abiertas como no hay codificaciones que 1 es tal, que dos es tal, entonces es leer y casi

que hacer un trabajo manual de contar con palitos y bolitas, si el software me evita una inversión de tiempo muchísimo mayor sería un ideal.

Entrevistador: Me podría contar alguna anécdota que la haya ocurrido (negativas, positivas) con las encuestas.

Docente: La mejor anécdota que tengo es cuando tabule, era mi trabajo de grado para la especialización de Psicología del consumidor, y la pregunta era, indique por favor su género M o F, entonces en mi lógica decía masculino – femenino pero resulta que unas personas no lo entendieron porque no tenía la descripción solo M o F, entonces una persona me marcó M entendiéndola como mujer y no como masculino, al finalizar el trabajo del día yo tenía claro que había encuestado por ejemplo a 20 hombres y a 20 mujeres, cuando organizo y no me encajan unas, no entiendo porque no me encajan y porque hay más M o sea tenía 25 M, dónde estuvo el error si masculino solo deberían ser 20, pues tengo 5 que marcaron mujer pero cuáles 5 eran, no los pude identificar, ¿qué hice? Anulé 40 encuestas y perdí un día de trabajo.

Entrevistador: Nos comentaba una Docente que en esos casos muchas veces la pregunta requiere de una explicación, entonces hay encontramos dos puntos de vista, la docente es la Docente Geneco que es una antropóloga, y yo decía claro en antropología ella estudia más humanidades y el profesor Charles por otro lado me decía no, una pregunta tiene que estar tan bien redactada que no necesite explicación, entonces ella me decía si la aplicación tuviera un interrogante al lado y profundizara en la pregunta, lo que queremos saber en la pregunta es esto, ¿cree que sería útil o al contrario?

Docente: No, para mí es claro que el cuestionario debe hablar por sí solo, porque las interpretaciones terminan cargando de subjetividad la respuesta, es decir al inicio tú me decías

que algunas personas consideran que es fundamental el contacto cara a cara porque a través de la observación se nutre los resultados, yo soy enemigo de eso porque es que yo no puedo cargar mis respuestas de la subjetividad de una observación, mi respuesta tiene que ser el dato puro procesado, el dato procesado es el que se convierte en información, el dato cargado de subjetividad no se convierte en información, se convierte en mi opinión, entonces yo digo cuando estaba contestando esto torció tres veces la boca eso significa que estaba en desacuerdo, no pero si él me dijo que sí que él si se iba a tomar la gaseosa, yo como puedo decir que aunque el 80% me dijo que sí se va a tomar la gaseosa torcieron diez veces la boca y hay un desacuerdo tácito, no, no porque esas ya son interpretaciones, la cosa es que el dato se obtiene de forma pura se procesa y se obtiene información, entonces yo no considero ni siquiera el contacto personal cara a cara del entrevistador con el entrevistado, del encuestador con el encuestado, la encuesta es la que tiene que hablar con el encuestado, por eso la pregunta tiene que ser clara desde el comienzo sin interpretaciones.

Entrevistador: Profesor Wilson ¿ha utilizado alguna herramienta de este tipo (App) para realizar sus investigaciones?

Docente: Sí.

Entrevistador: ¿Qué tal su experiencia?

Docente: Digamos que la primera ventaja que vi es que me entregaba los datos graficados y entonces me evitaba tener que graficar alguna pregunta que para mí fueran de una velocidad en la respuesta muy rápida, yo necesitaba saber cuántos hombres, cuántas mujeres, cuántos mayores de edad, yo ya lo veía en unas graficas de inspección.

Entrevistador: y ¿se encontró con la situación de que por ejemplo SurveyMonkey le vota los resultados básicos, pero no correlaciona datos?

Docente: No, no lo correlaciona.

Entrevistador: ¿Le gustaría que la aplicación resolviera ese dilema, ósea yo como propongo la solución?, es muy difícil para la aplicación correlacionar datos post-investigación, entonces yo diría antes, el investigador termina de redactar encuesta y pide que cuando la aplicación termine de encuestar correlacione unos datos previamente escogidos, ¿le parece una solución factible?

Docente: Claro, porque como se corrige el problema de los formularios de Google por ejemplo, pues él me los exporta a un formato como Excel y yo lo que hago es que los migro de Excel al software que se esté utilizando y yo ahí mismo hago las correlaciones pero me implica un paso adicional, si yo le puedo decir al software en los condicionantes como dueño de la encuesta y al final no necesito que me las correlaciones todas pero si me correlaciones la edad con la escala de satisfacción y entonces yo ya puedo saber que mientras más jóvenes o mientras más adultos o que es inversa o que es directa esa correlación, entonces yo ya tengo la facultad de armar las correlaciones y le evita al investigador un paso que al final le termina dando lo mismo, un dato numérico

Entrevistador: Sería también buena idea entonces que a las preguntas pueda ponerle usted el codificador no sé numérico, cadena, los que tiene Spss., por ejemplo, que cuando me envíe los resultados, estos me los mande en cadena, etc.

Docente: Pero ojo porque Spss no es el único procesador, mi sugerencia desde la experiencia, no lo ligan al formato Spss lígalo a un formato de hoja de cálculo porque ya después de que el dato este en Excel yo como investigador lo migro al software que necesite, si tú me lo mandas de una

vez en Spss y yo utilizo es otro no va a ser coincidente, en cambio la hoja de cálculo la lee todos los formatos.

Entrevistador: Sí la idea de Excel siempre ha estado muy clara, el archivo se va enviar en un Excel a un correo electrónico.

Docente: Lo que pasa es que si tú obligas a una pregunta a que sea cadena el único que la bautiza cadena es Spss, si voy a otro software no va a funcionar.

Entrevistador: Entendí, volviendo a SurveyMonkey, ¿se encontró con la situación de que podía compartir la encuesta solo con amigos?

Docente: Sí, es mas era limitada la cantidad de destinatarios y de echo algunas primeras versiones estaban ligados a tener el mismo proveedor de correo electrónico y que si tú tienes hotmail solamente tus contactos hotmail y que si tienes gmail solamente a tus contactos gmail, etc., entonces limitaba muchísimo más el correo por el cual se acezaba a esas aplicaciones para distribuir el mensaje.

Entrevistador: Me gustaría saber también ¿cuál fue también su experiencia, la plataforma era sencilla de usar, cómoda, le daba opciones?

Docente: Para redactar sí, pero no me daba todas las alternativas en redacción por ejemplo, si yo quiero establecer unas variables de Diferencial semántico donde tengo unas cargas negativas y unas cargas positivas, no es fácil en su momento crear una carga negativa, entonces un diferencial semántico es, qué tan dispuesto está usted a comprar un nuevo producto, nada dispuesto, la carga negativa sería -3, muy dispuesto la carga positiva seria 3 y ahí armas una escala donde va desde los negativos hasta los positivos, entonces no todos los software lo tienen.

Entrevistador: ¿A usted le gustaría que nuestra aplicación tuviese esa herramienta?

Claro, no en todas tengo que usarla, pero si tengo que usarla y la herramienta no la brinda, tiene que estar disponible.

Entrevistador: Pues yo sé que la aplicación para investigaciones de estudiantes en la universidad no necesita mucho, pero para usted yo necesito que dé más; Le voy a enumerar unas funcionalidades que hasta el momento hemos pensado para la aplicación, aunque ya hemos hablado de la mayoría, la aplicación sugiere verbos y sinónimos al momento de redactar la encuesta, encontraba yo que en muchas situaciones usaba uno el mismo verbo, redacte, enumere, ¿útil o inútil?

Docente: Claro pues es que como la aplicación o el software va a ser utilizados por todos, entonces el ayuda a las personas neófitas a que no repitan el mismo encabezado de la pregunta, digamos que para personas con un nivel de experticia mayor no harían uso de funcionalidad pero si no la tiene el neófito nunca la va a poder utilizar, entonces sí me parece importante que la tenga.

Entrevistador: La aplicación permite al encuestador responder desde la casa.

Docente: Sí, y no solo desde la casa, sino que sea desestructurado en el tiempo yo puedo contestar 3 o 4 preguntas, salirme y luego volver a entrar y continuar a partir de esa respuesta.

Entrevistador: Eso sería lo ideal, pero es que es muy complicado ósea yo no soy programador pero cuando yo utilizo una aplicación, yo no puedo decirle a la gente descargue mi aplicación de encuestas porque nadie lo va a hacer por eso tiene que estar condicionada a otra aplicación y sería muy difícil porque la gente quiere su beneficio ya, sus vidas o sus gemas, música, etc.

Docente: Claro tendría que completar todo el cuestionario para obtener el premio.

Entrevistador: Porque también pensé en crear dos aplicación una para redactar encuestas y otra para contestar pero quien va descargar la de contestar, creo nadie.

Docente: Sí y además que descargar y tener una aplicación que no tiene gran usabilidad me consume recursos de celular.

Entrevistador: Por ejemplo, a mí me ha salido de google, google necesita tu ayuda, ¿quieres contestar una encuesta? Y yo que estoy la aplicación digo no, y yo decía cómo puedo evitar que yo mismo, cómo hago para evitar esa disonancia, esa es la solución que necesito buscar y yo sé que cuando lo logre va a ser un gran avance; La aplicación sugiere etiquetas y variables, en el caso de las preguntas abiertas, es decir, estas son las variables más usadas, al final a esta variable se condiciona mucho esta oración.

Docente: Sí que era lo que te decía del tema de la densidad y eso lo complementas haciendo un análisis de densidad, tú has visto y el mejor ejemplo es ese, unas vallas que hablan de porque me enamoro de Villavicencio, se llama Nube de palabras y en el centro muy grande esta la palabra más densa y alrededor de ellas están las que más se repiten y en los extremos muy pequeño las palabras que salieron una vez, es un análisis de densidad de palabras.

Entrevistador: La aplicación permite realizar la prueba piloto con feedback incluido.

Docente: Sí.

Entrevistador: La aplicación permite a los encuestados jefes saber el encargado de esa encuesta,

Docente: Sí para la supervisión.

Entrevistador: ¿Si esta aplicación existiera usted la usaría y la recomendaría a sus estudiantes?

Docente: Claro, en últimas el fin último de toda la aplicación es una reducción en el desperdicio de tiempo y de carga de trabajo y si la aplicación para mí reduce el desperdicio de tiempo y reduce la carga de trabajo en cuanto a procesamiento de preguntas complejas como las abiertas, claro que la recomendaría y claro que la utilizaría.

Entrevistador: ¿Me gustaría saber que más le gustaría que tuviese la aplicación?

Docente: No lo más complejo es lo de la densidad de las palabras, atlas ti es el que me lee las palabras y me pone las más densa en la mitad de la nube de las palabras, no sé si como modo adicional que le módulo de cuanti este separado del cuali o se puedan combinar.

Entrevistador: bueno cuanti, pero como yo podría hacer una aplicación para cuali, porque las aplicaciones cuali son más observativas...

Docente: Pues en que, en la cuali, emita su opinión, entonces tu escribes la opinión, son preguntas abiertas.

¿De pronto plantillas de investigación, el profesor Charle nos decía el estudio de percepción de marca ya ha sido investigado miles de veces, le parecería útil?

Docente: No para mí por una razón, a pesar de lo que decía charles de que la percepción de maraca se ha estudiado mil veces, es diferente la percepción de marca para hombres, para mujeres, para niños, para familias con hijos, para familias sin hijos, entonces ya viene pre-formateado.

Entrevistador: La idea es que pueda editar.

Docente: ha bueno claro.

Entrevistador: Muchas gracias profesor Wilson por su tiempo.

## Anexos

La presente encuesta tiene como objetivo el definir los factores que influyen a una persona al momento de llenar una encuesta, su opinión en cada uno de las preguntas es de suma importancia para el desarrollo de esta investigación y agradecemos su participación

Nombre \_\_\_\_\_ Edad \_\_\_\_\_

Género (Masculino) \_\_\_ (Femenino) \_\_\_

Responda a la siguiente pregunta eligiendo una de las siguientes opciones y marque con una (x)

1. ¿Alguna vez ha formulado una encuesta?
  - a. Si
  - b. No

2. ¿Alguna vez ha sido encuestador?
  - a. Si
  - b. No

Responda a esta pregunta **UNICAMENTE** si a la pregunta anterior (2), respondió (SI) de lo contrario pase a la pregunta 3.

2.2 En orden de importancia mencione algunas situaciones negativas que le sucedan con normalidad cuando realiza el rol de encuestador.

3. Elija una de las siguientes opciones y marque con una (x) ¿Con cuál de las siguientes oraciones se siente más identificado cuando se le propone diligenciar una encuesta?
  - a. Me gusta participar en encuestas porque aportó mi punto de vista en una investigación
  - b. Me gusta participar en encuestas siempre que esté disponible
  - c. No me gusta participar en encuestas, pero me gusta aportar mi punta de vista en una investigación
  - d. No me gusta participar en encuestas, pero me ayudar a los investigadores.
  - e. No me gusta participar en encuestas en ningún momento

4. Ordene numéricamente de mayor a menor, donde 1 es lo más importante y 3 lo menos importante, las siguientes oraciones relacionadas con las encuestas.
- a. Una encuesta debe ser corta
  - b. Una encuesta debe ser fácil de interpretar
  - c. Una encuesta no debería interferir con la rutina
5. Elija una de las siguientes opciones y marque con una (x). ¿Alguna vez ha diligenciado encuestas por computador, celular, dispositivos móviles o afines?
- a. Si
  - b. No

Responda las siguientes preguntas UNICAMENTE si a la pregunta anterior (5), respondió (SI) de lo contrario pase a la pregunta 6.

5.2 ¿Sobre qué temática trataba la encuesta que relleno en computadores, celulares o afines?

5.3 ¿Cómo fue su experiencia al utilizar esas herramientas como método para ser encuestado?

- a. Mejor a cuando completo encuestas físicas
- b. Peor a cuando completo encuestas físicas
- c. Igual a cuando completo encuestas físicas

6. Como cree usted que se podría mejorar la forma de realizar encuestas