

## VIII ELMeCS Mesa 5

Título: Herramientas pedagógicas para la aplicación de encuestas on line, aportes desde la metodología de la investigación social

Autoras: Fernandez, Paricia; Grinszpun, Marcela; Malegarie, Jessica

[jessi.malegarie@gmail.com](mailto:jessi.malegarie@gmail.com)

Facultad Ciencias Sociales- UBA

### Introducción:

La presente ponencia tiene como principal objetivo generar un debate en el ámbito de la enseñanza de la metodología de la Investigación, referida específicamente al diseño, aplicación y análisis de la información producida a través de la técnica de la encuesta a partir de una modalidad de aplicación virtual.

Intenta poner en tensión algunas cuestiones, ofreciendo al alumnado, y también a colegas del mundo de la docencia, herramientas pedagógicas que permitan comprender algunas de las transformaciones que se han dado en la técnica de recolección de información tradicional como es la encuesta, a la luz de las nuevas tecnologías. En ese sentido repasará aquellos supuestos aplicables que han revolucionado a las ciencias en general y a las disciplinas sociales en particular y por lo tanto también han afectado los procesos de medición de la realidad. En este sentido, profundizaremos los debates teóricos y metodológicos para saldar algunas cuestiones y ofreceremos una guía práctica sugiriendo pautas para la aplicación de esta técnica, en los tiempos de transformación por los que atraviesa nuestra disciplina.

Son innegables las ventajas de las encuestas on line, tales como bajos costos, rapidez en el envío, facilidades para el diseño y rediseño del instrumento, definición artesanal de los formatos de aplicación, facilidad en la autoadministración, posibilidad de ofrecer estímulos interactivos para la medición, velocidad en la recogida de la información, procesamiento on line, o reducción de errores en el registro, entre otras cuestiones. Sin embargo, estas ventajas asumen también ciertas alarmas que deben ser encendidas. En este sentido, su enlace con la definición de los marcos muestrales, así como en qué medida los procesos de edición y análisis de resultados deben ser revisados en la era de las tecnologías digitales y en qué medida se sostienen decisiones teórico metodológicas más allá de la aplicación on line u otro formato de aplicación.

Cabe entonces la necesidad de preguntarnos acerca de los mitos que circulan en el sentido común y entre el alumno y cuáles son las respuestas que la ciencia ha elaborado para desterrar a los mismos. Existen en este sentido múltiples desafíos en torno a esta, cada vez

menos, nueva modalidad de aplicación de la técnica, tales como la importancia del marco muestral, el diseño del cuestionario, el rol y capacitación del equipo de encuestadores, los límites y alcances de las respuestas, el tipo y modo de uso de las plataformas, programas y dispositivos como soporte para el relevamiento de información, entre otros.

Como indican Orellana López, D. M., & Sánchez Gómez, M. C. (2006), los entornos virtuales generan gran cantidad de material que impulsa modificaciones en los procedimientos y técnicas convencionales tanto en la recolección de datos como en su producción, almacenamiento, análisis y presentación. Este abanico de posibilidades implica nuevas tomas de decisiones de carácter técnico que se incorporan a las decisiones teórico-metodológicas propias de todo proceso de investigación científica. Son las decisiones teórico metodológicas fundadas en el debate científico las que pueden resguardarnos y permitirnos desarrollar un proceso de investigación adecuado. Atravesar estos debates en el ámbito del aula implica formar futuros y futuras científicas sociales con capacidad de aprovechar la tecnología sin perder la rigurosidad del campo.

En síntesis el presente documento busca profundizar el proceso de enseñanza y aprendizaje que debe considerarse al transmitir las características de un instrumento digital de relevamiento, su contexto de aplicación, destacando sus beneficios y principales desafíos metodológicos en pos de garantizar los estándares de calidad, confiabilidad y validez científica. Cabe aclarar que, como docentes de la materia Metodología de la Investigación de la carrera de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, abordaremos estas cuestiones no sólo poniendo de relieve la rigurosidad metodológica que requiere la aplicación de esta técnica de recolección, sino el desafío que implica para los y las estudiantes ponderar decisiones técnicas que no caigan en vacíos conceptuales y/o metodológicos.

## 1. CONTEXTO GENERAL

Dado que el objetivo de este documento es ofrecer a los y las estudiantes, y también a colegas del mundo de la docencia, herramientas pedagógicas que permitan comprender algunas de las transformaciones que se han dado en la técnica de recolección de información tradicional como es la encuesta en el contexto de desarrollo de nuevas tecnología, elegimos atravesar estas tensiones a la luz de lo que damos en llamar "mitos sobre el uso de encuestas online".

Cabe señalar que esta serie de desafíos en el campo de la metodología de la investigación es el uso de herramientas digitales para la elaboración y aplicación de encuestas, presentes hace ya algunos años, se han visto profundizados en el contexto de aislamiento por la pandemia Covid 19.

El presente trabajo no busca establecer un debate entre la aplicación de la encuesta como una técnica tradicional de recolección de información versus su aplicación on line, sino recuperar aquellos aspectos que deben ser tenidos en cuenta más allá de su modalidad de aplicación y cuáles se han transformado a la luz de la aparición de las nuevas tecnologías digitales.

Así como la presencia de Internet ha modificado el vínculo que las personas establecen con la tecnología en diversos planos de la vida cotidiana, ha revolucionado las relaciones sociales y los espacios de comunicación, también se han transformado las formas de abordar la realidad, analizarla y medirla científicamente. En este contexto, aquellos supuestos vinculados al diseño del instrumento, a los formatos de aplicación, a las técnicas de muestreo, así como a los procesos de sistematización y análisis de los resultados merecen ser revisados en la era digital.

Las encuestas online o también denominadas encuestas en línea sostienen la lógica clásica de recolección de información a través de la cual un equipo de investigación obtiene información de las unidades de análisis y/o de registro sobre una temática en estudio, a la vez que ofrece innovaciones en cuanto a su diseño, aplicación y análisis. En este sentido, es importante que convivan cuestiones ligadas a las decisiones teórico metodológicas, como han sido tenidas en cuenta desde los orígenes de la técnica de la encuesta, con nuevos desafíos y oportunidades que se presentan al utilizar Internet como medio de difusión.

Nos interesa señalar que las encuestas on line no son una novedad en sí misma y nos acompañan en el campo de la investigación desde hace ya varios años. Sin embargo, ciertas condicionalidades favorecieron su difusión y mayor aplicación. Por un lado, el contexto de pandemia profundizó el uso de estrategias que no requieran presencialidad, interacciones cara a cara y las encuestas on line se posicionaron como una de las principales herramientas. Por otro lado, la accesibilidad a plataformas y la democratización de la tecnología también

favorecieron su uso. Sin embargo, lo que nos atañe en este documento son los desafíos metodológicos para su correcta implementación, analizando las ventajas y limitaciones de su uso, y sobre todo, cómo se debe transmitir ese conocimiento para que sea accesible al proceso de enseñanza- aprendizaje.

Se propone entonces esta lectura como una herramienta pedagógica que permita debatir, aprender y elegir las mejores herramientas para sostener las decisiones teórico metodológicas que sustenten el adecuado uso de las encuestas on line.

Antes de adentrarnos en el análisis metodológico de la temática, nos parece pertinente hacer una breve reflexión sobre el contexto más general en el cual los cuestionarios online se presentan hoy por fuera del ámbito propio de la investigación científica. Esto se vincula a un acceso ampliado o más o menos masivo del uso de herramientas para la construcción de instrumentos de relevamiento.

Podemos afirmar que Internet ha permitido aumentar las posibilidades de acceder a datos y fuentes de información de diversa índole. Cabe señalar que la democratización de la información, en el sentido de gozar de una autónoma circulación de ideas, opiniones y saberes al servicio de la comunicación y la expresión, es una conquista de las libertades.

Consideramos que en este contexto el acceso al abanico de herramientas existentes para la búsqueda y generación de información no queda exento ni está escindido de un proceso de proliferación de distintos instrumentos de relevamiento online. Inicialmente estos sistemas supusieron desarrollos con códigos de programación adhoc pero con el tiempo fueron surgiendo nuevas plataformas que ponen hoy a disposición diversas plantillas de construcción de cuestionarios que no requieren grandes conocimientos de programación ni de diseño web avanzados. El caso de mayor popularidad y accesibilidad es el de los formularios provistos dentro del ecosistema Google, pero existen otros con distintas funcionalidades para el acceso gratuito o pago (SurveyMonkey, GizmoSurvey, entre otros). Asimismo, muchas de estas plataformas incluyen glosarios con definiciones básicas del significado de cada tipo de pregunta que ponen a disposición su uso entre personas que no poseen conocimientos profundos de metodología. En este sentido, la democratización en el acceso a la tecnología favorece la proliferación de encuestas frente a necesidades diversas de información de diferentes perfiles, como estudiantes, instituciones, asociaciones o empresas. Sólo como ejemplo, Monkeysurvey, una de las empresas que diseña plataformas de encuestas encabeza su página diciendo: *“Obtén las respuestas que necesitas. Recibimos respuestas para 20 millones de preguntas todos los días. obtén los comentarios que necesitas con uno de los softwares líderes en el mundo en creación de encuestas”*. Otra de las empresas,

E-encuesta.com menciona *“Crea encuestas, sal de dudas. Con plantillas o desde cero. Potente y fácil de usar”*.

No es nuestra intención profundizar el debate sobre este punto particular, sino más bien advertir que en este contexto es sumamente importante, en tanto sociólogas y sociólogos dedicados a la investigación científica, realizar un análisis profundo de las herramientas online y un uso crítico de las mismas.

## **2. CARACTERÍSTICAS PARTICULARES DE LAS ENCUESTAS ONLINE**

Adentrándonos ahora sí en el mundo de los instrumentos de recolección de información online, podemos pensar, en una primera instancia, que las ventajas de este tipo de encuestas parecerían innegables: permiten reducir costos, garantizan mayor velocidad en la recogida de información, ofrecen estímulos visuales e interactivos para la medición, permiten generar un procesamiento preliminar online, reducen distintos errores no muestrales, sólo por mencionar algunas cuestiones. No obstante, cabe la necesidad de iniciar una reflexión teórica y metodológica que problematice esta nueva modalidad de aplicación de la técnica de encuesta. En este sentido, es importante preguntarnos acerca de sus potencialidades y limitaciones comparativas, su confiabilidad y validez en distintos contextos de implementación, así como los desafíos a los que nos enfrenta, con el fin de realizar una utilización crítica de las mismas en las situaciones que así lo ameriten.

Otra cuestión que cabe precisar es la diferencia entre un instrumento de relevamiento digital y la modalidad de aplicación online. El primero se refiere a la programación de un cuestionario que, en la mayoría de los casos, se aplica a través de una plataforma digital que da soporte para su diagramación (por ejemplo Google Form, SurveyMonkey, Typeform, Gizmo Survey u otros). Este cuestionario puede aplicarse digitalmente (ya sea a través del envío de un mail, un código QR, o su aplicación en una red social) pero también puede llevarse a cabo a través de una modalidad telefónica o incluso presencial. Por otra parte se encuentra la decisión sobre la forma con la que se aplica el cuestionario en donde la modalidad online es una de ellas. Debido a que la aplicación del cuestionario digital en sus distintas modalidades podría encarnar distintos tipos de desafíos metodológicos, cabe destacar y mantener presente esta diferenciación.

En este sentido para la construcción de preguntas e indicadores se requiere un exhaustivo proceso de vinculación entre la teoría- la fundación del problema y el diseño metodológico, con la adecuada elección de plataformas, técnicas de recuperación de respuestas, análisis de tendencias en paralelo a la aplicación del instrumento, convivencia que permita descubrir-

describir- analizar-explicar o evaluar determinada realidad social.

A continuación, trabajaremos sobre distintos ejes que atraviesan el diseño y aplicación de las encuestas online, intentando ampliar la mirada para generar un debate conjunto sobre esta temática.

## **2.a. EL DISEÑO DEL INSTRUMENTO**

El inicio del diseño del instrumento de recolección de la información, en tanto herramienta para aplicar la operacionalización de las variables es similar en un espacio de trabajo tradicional como en el de la nube. En este sentido aquellas cuestiones tales como los bloques de presentación, inicio, desarrollo y cierre deben estar presentes en esta modalidad como en la que se solía presentar en papel. También así la decisión teórico metodológica de la identificación de bloques de preguntas por temáticas o por complejidad de los aspectos a cuestionar. Por último, y nos adentraremos más en esta cuestión en breve, la selección del tipo de preguntas (abiertas, cerradas, semi abiertas/cerradas) o la estrategia de preguntar (preguntas filtro, pases, horquillamiento, etc.) no responden a la modalidad de aplicación de la técnica sino al proceso teórico metodológico que se construya para responder a las preguntas problemas y objetivos planteados en la investigación. En este sentido el qué preguntar y cómo hacerlo, responden en principio a la operacionalización de aquellas variable y conceptos que el marco teórico y las preguntas problemas hayan definido como fundación del proceso de investigación.

Dicho esto, una advertencia, pensando específicamente en los cuestionarios auto-administrados, es que el diseño del instrumento debe considerar la posibilidad que adquiere el entrevistado/a de visualizar todo el formulario con anterioridad a responder las preguntas o no, influyendo esto en las decisiones sobre qué temas introducir en cada momento para que ciertas respuestas no queden afectadas por respuestas a otras preguntas. Si lo que interesa es resguardar esta situación, entonces la programación técnica del instrumento on line deberá generar mecanismos de visualización en etapas.

A diferencia de las modalidades tradicionales donde el acceso al papel ofrecía la visualización completa del instrumento en cualquier momento, en los cuestionarios online este aspecto puede saldarse utilizando distintos recursos de visualización. Por un lado, pueden mostrarse todas las preguntas concatenadas en una misma pantalla, apuntando a que cada una de ellas se lea en principio antes que la siguiente. Otra opción es agrupar un conjunto de preguntas de un mismo bloque temático en una pantalla para luego pasar a la siguiente pantalla sólo cuando las preguntas iniciales, e incluso alguna de ellas que sean señaladas en la

programación, sean respondidas. En otro extremo, se puede presentar una pregunta por vez, limitando la posibilidad que el entrevistado/a avance en el formulario antes de responder a la pregunta previa. Las últimas dos opciones reducirían notablemente el efecto negativo que produciría la visualización del cuestionario completo o la posibilidad de responder al cuestionario en un orden distinto al que establece el investigador/a.

Otro aspecto vinculado a lo anterior es que mediante las encuestas online puede establecerse la obligatoriedad de respuesta a cada pregunta, que si bien en un cuestionario tradicional podía señalarse esta indicación, no era posible- y menos aún en los cuestionarios autoadministrados-, controlar esta situación. Esta opción garantiza, por un lado, lo mencionado anteriormente acerca de que el entrevistado no pueda avanzar en la visualización del cuestionario completo antes de responder a cada pregunta o bloque de pregunta, ya que a través de la programación técnica se vuelve imposible pasar de pregunta o pantalla sin haber respondido aquellos obligatorios. Por otro lado, permite reducir considerablemente la tasa de no respuesta por pregunta, uno de los aspectos de mayor conflictividad en los cuestionarios auto-administrados tradicionales en los que existen altos porcentajes de formularios parciales o incompletos. El riesgo es el abandono completo del instrumento ante la barrera impuesta como obligatoriedad.

Este último punto merece una aclaración. La capacidad de establecer la obligatoriedad de respuesta a cada pregunta no elimina el factor vinculado a la relevancia o pertinencia que esa pregunta tiene en el grupo que se está estudiando. La posibilidad de obtener respuestas falsas por el mero hecho de responder a la obligatoriedad y que el entrevistado intente habilitar el pase de pregunta no deja de ser un riesgo potencial, pero esta limitación se encuentra tanto en ésta como en otros tipos de modalidad de aplicación de las encuestas. De cualquier manera, generar obligatoriedad en una pregunta es una decisión que debe tomarse en cada situación evaluando los beneficios y límites de cada caso. Implica, asimismo, establecer un sistema de categorías exhaustivo que incluya siempre la visualización de la categoría “*No contesta*” / “*No desea evaluar*”, situación que, dependiendo del tipo de pregunta, puede preferirse omitir para mantener esta categoría en un carácter residual.

Recordamos, una vez más, que al momento de avanzar en la práctica educativa sobre esta modalidad de aplicación de las encuestas, es importante poner en juego las herramientas tradicionales como las actuales para que el alumnado pueda comprender las facilidades y limitaciones, pero sobre todo la importancia teórico metodológica al momento de tomar las decisiones. Evitar que la unidad temática sobre encuestas se vuelva un curso práctico de programación computacional, para analizar cada herramienta a la luz de cuál es la teoría que

acompaña este proyecto y entonces por qué la herramienta metodológica debe asumir tal forma para cumplir esos objetivos.

## **2.b. LOS TIPOS DE PREGUNTA**

En términos generales, las encuestas online permiten utilizar los mismos tipos de pregunta que aquellas realizadas en otras modalidades de aplicación (preguntas cerradas, abiertas, semicerradas).

En relación al tratamiento de las respuestas es en donde se encuentran algunos puntos a considerar. La visualización de las categorías de una variable es un recurso que orienta las alternativas de respuesta, tanto en preguntas que pueden ser consideradas muy amplias - en donde la descripción de las opciones acota el abanico de respuesta de cara a lo que el equipo investigador intenta captar - como en preguntas muy estandarizadas - en donde transcribir las posibles respuestas simplifica el relevamiento y posterior tabulación. Por ello es necesario tener en cuenta, algo similar a lo señalado previamente, sobre la posibilidad de que el entrevistado/a realice una lectura simultánea de las preguntas y de las opciones de respuesta guiada, generando el riesgo de que se elija respuestas antes de leer en forma completa la pregunta o todas las opciones de respuesta disponibles.

En este sentido es importante trabajar en el aula la construcción de los sistemas de categorías bajo las condiciones de exhaustividad, mutua exclusión y pertinencia teórica, para que luego ese sistema sea trasladado a la modalidad de aplicación.

Un aspecto a destacar como un beneficio en las encuestas online se vincula a la existencia de ciertos recursos técnicos que permiten combinar respuestas espontáneas y guiadas para indagar sobre una misma temática. En los cuestionarios auto-administrados tradicionales intentar captar de forma espontánea y luego guiada la respuesta a un tema es un recurso difícil de implementar por la influencia que pueden tener las respuestas guiadas de una pregunta posterior sobre las precedentes que son espontáneas, principalmente en los cuestionarios autoadministrados refiriéndose al riesgo de visualización completa que antes se mencionó. Cuando las encuestas son aplicadas por un encuestador/a este riesgo se reduce. En las encuestas online esto también se puede saldar programando la visualización de una pregunta que, una vez respondida recién genere un pase hacia otra pregunta con resolución guiada. Por ejemplo, si quisiéramos indagar acerca de los principales problemas educativos que detectan las madres y los padres de estudiantes del ciclo primario, y nos interesaría primero rescatar su percepción espontánea para luego medir un conjunto de problemáticas de forma guiada se podría implementar con facilidad en las encuestas online y por el contrario



acarrearía riesgos de sesgos en los cuestionarios auto-administrados en forma tradicional. La única desventaja, ahora realizando una comparación con las encuestas que son administradas por un equipo encuestador, refiere a la mayor complejidad en la codificación de la pregunta abierta ya que no puede utilizarse el recurso de pregunta espontánea con opciones pre-codificadas (que no sean mencionadas a la persona a encuestar pero si señaladas por quién encuesta a partir de la respuesta obtenida) y se deberá trabajar con las múltiples formas que tengan las distintas personas encuestadas de redactar su respuesta. En el proceso de enseñanza aprendizaje una herramienta interesante es poner en juego estas distintas alternativas en el aula y debatir qué es lo que genera la aplicación de cada una. Desde la práctica de la aplicación aparecen, muchas veces, en el alumnado las mismas dificultades que luego pueden aparecer en el trabajo de campo.

También es interesante detenerse en la posibilidad que da la programación de las encuestas on line sobre el tipo de preguntas filtro o pase que reduce drásticamente los errores y minimiza la edición de los cuestionarios, siendo que la propia aplicación del instrumento y los comandos pre establecidos los que definirán si la encuesta debe finalizar porque la unidad de análisis no contempla las características requeridas, o si un bloque de preguntas no debe ser respondido por la definición de la respuesta en preguntas anteriores.

Por otro lado, un aspecto en el que encontramos amplias diferencias con los cuestionarios auto-administrados tradicionales, es la posibilidad de utilizar fluidamente diferentes tipos de estímulos, ya sea visuales, auditivos o multimediales. Si bien pueden llegar a implementarse en otras modalidades, es en las encuestas online en donde estos recursos encuentran su hábitat natural de aplicación. Por ejemplo la posibilidad de utilizar imágenes, videos, links de enlaces a otras publicaciones se vuelve no sólo más sencillo de aplicar en el diálogo de la propia plataforma que se esté utilizando, así como en la condicionalidad de poder avanzar en completar el cuestionario sólo luego de haber tomado contacto con el estímulo. En el primer caso cuando la encuesta es aplicada en forma tradicional por un equipo de investigación la utilización de varias herramientas a la vez puede aumentar el nivel de error; y en el segundo caso si fuera un cuestionario autoadministrado de forma tradicional no puede exigirse a la persona encuestada el cumplimiento de múltiples indicaciones. En la práctica docente encontramos, muchas veces, que este es un recurso sobre utilizado por el alumnado cuando tiene que sugerir ejemplos de construcción de cuestionarios. Si bien el estímulo auditivo o de multimedia es interesante, cabe señalar que un exceso en su uso puede abrumar a las personas encuestadas, o distraerlas del objetivo central de la investigación.

Finalmente, cabe señalar, más allá del tipo de preguntas o los estímulos para hacerlas, que las

distintas plataformas permiten dotar al cuestionario de un aspecto “agradable” y atractivo. Es posible incorporar figuras, imágenes, referencias o íconos visuales que faciliten y/o agilicen las respuestas a las preguntas formuladas, a la par que resulte ser una experiencia de navegación agradable o estimulante.

## **2.c. LA TASA DE APERTURA, RESPUESTA Y ABANDONO**

El análisis de las tasas de apertura, la tasa de respuesta y la de abandono son aspectos muy importantes en toda encuesta auto-administrada. Sin embargo, cobra alta relevancia en la modalidad online, ya que se pueden realizar - mediante monitoreos y seguimientos periódicos - rápidos ajustes para optimizar los valores iniciales.

En las encuestas auto-administradas clásicas, la presencia del encuestador y su habilidad para captar la atención del encuestado/a y mantenerlo cautivo durante el tiempo de duración de la entrevista, genera determinados estímulos para responder. Obviamente, el interés del entrevistado/a por la temática tratada puede mejorar estos valores, pero en términos generales se requiere de esfuerzos extras para alcanzar la muestra final deseada.

Más allá de las dificultades propias de toda encuesta auto-administrada, en la modalidad online pueden emplearse algunos recursos y mecanismos que permitan optimizar estas tasas iniciales. Existen distintos ámbitos en donde pueden alojarse virtualmente los cuestionarios, espacios que sean muy afines al perfil del entrevistado/a y que impulsen el interés por responder. Hoy en día los links de acceso pueden enviarse por mail, presentarse en redes sociales, insertarse en códigos QR, alojarse en banners dentro de sitios web o ser enviados a través de aplicaciones de mensajería, todos ellos valiéndose de herramientas de diseño que generen estímulos que realcen la motivación de respuesta. A su vez la posibilidad de ser respondidos desde distintos dispositivos tales como pcs de escritorio, notebooks, tablets o celulares no sólo facilita que se responda según las condiciones de cada persona encuestada sino también en un momento o lugar no definido, superando ampliamente la aplicación tradicional a través de un encuestador que requiere necesariamente un acuerdo de encuentro en día y lugar definido.

Pensando en el envío de mails y en los enlaces en las redes sociales como las prácticas más extendidas, nos detendremos en ellas para profundizar sobre algunos mecanismos de optimización de las métricas de apertura, respuesta y abandono antes mencionadas. En primer lugar, las invitaciones pueden realizarse en momentos puntuales en los que se conozca que el potencial entrevistado abre los e-mails y/o de navegación en las distintas redes (instagram, facebook, tik tok, etc). El mayor porcentaje de apertura y respuesta suele estar vinculado, por

un lado, al momento inmediatamente posterior al que el mail o enlace es enviado, y por otro al momento en el cual la invitación es visualizada por primera vez. El alto volumen de e-mails, mensajes y/o estímulos de visualización de redes recibidos diariamente por los usuarios de Internet produce acumulación de lectura que atenta contra la apertura. Por eso es importante captar ese momento puntual en el que el entrevistado se conecta a la plataforma que será utilizada como medio de envío del cuestionario y se encuentra relativamente disponible para responder. Por supuesto que el momento de envío dependerá principalmente de las características de la población analizada. Por ejemplo, en población adulta laboralmente activa la tasa de respuesta suele ser mayor en las primeras horas de la mañana y en los días de semana. En oposición, suele desaconsejarse su implementación hacia los fines de semana o durante la noche. Sabiendo que las encuestas suelen responderse en mayor medida en los momentos inmediatamente posteriores al ser recibidas, vuelve a ser importante encontrar aquellas situaciones en las que el entrevistado/a esté activo para responder.

En segundo lugar, otro aspecto a señalar es que la tasa de apertura y respuesta se optimiza dependiendo del *Asunto* con el que se presenta el e-mail o la frase que acompañe al enlace, así como la descripción que se realiza en lo que se denomina *Cuerpo del mail* o la imagen o estímulo visual que acompañe al link. Estos son espacios muy importantes para que, con creatividad, se puedan exponer los objetivos de la investigación e incentivar la respuesta. También cobra relevancia la decisión sobre qué casilla de e-mail o desde qué usuario se utilizará para realizar la convocatoria. Actualmente existen algunas limitaciones ya que algunos e-mails se clasifican automáticamente en lo que se denomina *spam* o e-mails no deseados, o ciertas cuentas aparecen como ocultas en determinadas redes sociales. Si bien esta operación es externa a la decisión del investigador, realizar los envíos desde casillas reconocidas por el entrevistado o potenciar la visualización de la cuenta de origen, aumenta las probabilidades que el mail se aloje en el buzón de entrada o la historia sea vista y aumenten las posibilidades de respuesta de la encuesta.

En tercer lugar, otro recurso que favorece el incremento de las tasas de apertura y respuesta, así como el de la tasa de abandono es el análisis continuo de los indicadores de *performance* del relevamiento. La mayoría de las plataformas online tienen a disposición inmediata todo el conjunto de métricas que permiten evaluar las acciones realizadas, así como re-ajustarlas sin tener que esperar que el proceso de relevamiento avance en el tiempo. Esto habilita a realizar ajustes, ya sea modificar los horarios de envío, el asunto, la imagen, la invitación, el enlace, etc. La posibilidad de ajustar el instrumento sin necesidad de esperar a que avance la etapa de campo, implica una mejora sustancial con respecto a la encuesta tradicional (tanto la

auto-administrada como la realizada por un equipo de encuestadores/as), optimizando tiempos y recursos y garantizando así una mejoría en las tasas antes mencionadas.

Toda esta información permite, al estilo de una evaluación en proceso, modificar aquellas cuestiones que pueden estar afectando la tasa de respuesta. Sólo cabe una advertencia y ésta tiene que ver con el riesgo potencial que puede ocasionar cualquier modificación realizada (sobre todo en el orden o redacción de preguntas) a partir del monitoreo antes mencionado, en lo que respecta al cambio en el estímulo que recibe el encuestado. El riesgo es que la modificación del instrumento genere distintos tipos de estímulos de medición y entonces se ponga en jaque la confiabilidad y validez del instrumento. Por ello es preciso analizar qué cambios realizar, en qué momento hacerlo y evaluar los efectos de continuidad y comparabilidad de resultados frente al cambio producido.

Por otro lado, algunos autores mencionan otras alternativas. Sánchez y Segovia (2008), por ejemplo, consideran que una forma de intentar aumentar la tasa de respuestas, sin modificar el cuestionario, es combinar la aplicación de incentivos, las invitaciones personalizadas, junto a la reiteración de contactos. También pueden aplicarse como herramientas la *barra de progreso*- un dispositivo por el cual se le muestra al encuestado el porcentaje de respuestas acumuladas, y por diferencia las que le faltan hasta alcanzar un 100%-, o un *reloj* que indique los minutos que le restan para finalizar la tarea. Se pretende con ello reducir el efecto cansancio, alentar la finalización del cuestionario y disminuir la tasa de abandono, colaborando con la sensación del encuestado de estar honestamente informado sobre la duración del mismo.

Otro punto a destacar es que este tipo de encuestas tienen la posibilidad de programar la interrupción y reanudación del cuestionario en distintos momentos, dándole así al encuestado la libertad de finalizar la encuesta en diferido y aumentar las chances de obtener más cantidad de respuestas. Claro está que el riesgo de esta decisión es tener un alto porcentaje de encuestas incompletas, por eso es importante acompañarlo de acciones de monitoreo y seguimiento que permitan realizar recordatorios a los entrevistados.

También podemos mencionar como otra bondad de las encuestas online que el investigador puede obtener métricas sobre el tiempo que implicó responder cada pregunta o incluso, recuperar algunos sesgos de respuesta que son producto de la posición de las categorías en el espacio digital. En estos casos se puede programar una rotación automática compensando con el azar la selección de opciones. Es decir, limitar el efecto del orden que poseen las categorías de respuesta, generando un sistema de aleatorización, ya sea por entrevistado o por grupo de entrevistados.

Por último, nos parece importante destacar que la forma particular en que se realiza el monitoreo de la etapa de relevamiento en las encuestas virtuales, no sólo permite interpretar qué sucede con el relevamiento actual sino también ir generando aprendizajes sobre relevamientos futuros, principalmente en los que respecta a futuras investigaciones aplicadas a poblaciones con similares características.

## **2.d. TIEMPOS, COSTOS Y LOGÍSTICA DE IMPLEMENTACIÓN**

Una gran ventaja de las encuestas online respecto a otras modalidades refiere a la reducción de distintos costos y tiempos que son de alto impacto en las encuestas administradas por un encuestador/ra. Asimismo, generan un cambio de paradigma en la forma de entender las etapas del proceso de investigación cuantitativa ya que muchas instancias comienzan a realizarse en simultáneo u omitirse.

En primer lugar, la programación del cuestionario en la plataforma permite modificaciones en forma permanente sin mayores costos de tiempo y nuelos económicamente hablando. Es decir, pueden aplicarse las modificaciones posteriores a la aplicación de la prueba piloto o la detección de errores o necesidad de agregar preguntas o categorías hasta segundos antes de iniciar el trabajo de campo, sin la complejidad de tener que imprimir los cuestionarios, sino sólo con la reprogramación on line.

También en relación al momento de planificación del lanzamiento a campo, se optimizan tiempos y costos vinculados a la capacitación de los encuestadores, la impresión de cuestionarios, envíos a otras zonas geográficas en caso de realizarse el relevamiento en distintas localidades, sólo por mencionar algunos ítems. En la encuesta online, una vez diseñado y programado, el cuestionario se distribuye virtualmente. No existe ningún tipo de intermediación ni costos en dicho envío.

Por otro lado, deja de ser relevante el tiempo de aplicación que utiliza cada encuestador para efectivizar las encuestas y todos los formularios se aplican independientemente de la distancia física en la que se encuentre cada entrevistado. Por último, se vuelve más eficiente el costo por encuesta ya que el esfuerzo por lograr un caso adicional es mínimo y se optimiza también la velocidad de respuesta de cada cuestionario.

También es interesante que la información queda almacenada en forma inmediata reduciendo los problemas de cuestionarios perdidos, robados, deteriorados por cuestiones climáticas o de desprolijidad de quienes realizan las encuestas tradicionales en formato papel.

Respecto al momento de la edición es interesante ver como esta etapa se reduce al mínimo, ya que muchas cuestiones quedan saldadas en la propia programación del cuestionario y a su

vez se pueden establecer comandos de edición posteriores a la aplicación del instrumento que editen la encuesta en función de las decisiones que el equipo de investigación define, realizando la limpieza de la base casi al mismo momento en el que se están aplicando los cuestionarios. La edición ya no será entendida como el primer contacto posterior con el cuestionario una vez realizada la encuesta con el fin de identificar posibles errores u omisiones antes de avanzar con las etapas de codificación y carga. Sin embargo, sigue siendo relevante conceptualmente para detectar posibles problemas de relevamiento, de programación, de interpretación de preguntas o de respuestas incoherentes. Por otro lado, el momento de limpieza de la base de datos (*cleaning*) seguirá siendo de utilidad ya no para detectar problemas de carga sino más bien y fundamentalmente inconsistencias de respuestas o cuestionarios que se respondieron parcialmente y es necesario omitir o reemplazar.

Por otra parte, en relación a la etapa de codificación, la misma queda reducida sólo a las preguntas abiertas y opciones abiertas de la categoría “otros”. El resto de las categorías se ingresan automáticamente en el momento de realizar la entrevista. Asimismo, la base de datos se va construyendo automáticamente de forma electrónica a medida que las unidades de análisis responden el cuestionario. Esto quiere decir que en las encuestas online las etapas de relevamiento - codificación - entrada de datos se realizan en muchas situaciones simultáneamente, desdibujando las etapas que otrora se establecen como pasos consecutivos en la forma tradicional de aplicación del instrumento vía papel.

En tercer lugar, con respecto a las etapas de procesamiento y análisis, las plataformas más modernas ofrecen la posibilidad de aplicar estadísticos y procesar en forma automática distintos análisis univariados o bivariados simples, generando también cuadros resumen, frecuencias, tablas de contingencia o visualizaciones gráficas (de barras, histogramas, tortas) con el resumen de la información recabada. Podemos identificar que esto último reduce los costos monetarios de carga, procesamiento y análisis, así como también los tiempos asociados a estas actividades. Asimismo, permite ir visualizando en tiempo real las distintas respuestas a las preguntas, actualizándose a medida que ingresan nuevos casos. El hecho que la recolección de información, carga y procesamiento sea permanente y en forma simultánea facilita también la realización de análisis parciales. El riesgo en este caso es asumir conclusiones rígidas e infranqueables en base a las tendencias iniciales que pueden variar cuando el trabajo de campo finalice.

Para cerrar este capítulo nos parece importante aclarar que, si bien ciertas etapas parecerían perder entidad en las encuestas online, las mismas deberían redefinirse conceptualmente más que omitirse, dada su relevancia en la auditoría y control de calidad de las etapas de

relevamiento, sistematización y procesamiento de la información. En este sentido la vigilancia epistemológica que debe sostener el equipo de investigación se vuelve crucial y recordar en forma permanente que la modalidad virtual es una herramienta tecnológica que está al servicio de las decisiones teórico metodológicas que mejor respondan al problema de investigación.

## **2.e. REDUCCIÓN DE ERRORES NO MUESTRALES**

En este apartado pretendemos sistematizar algunas cuestiones vinculadas a los errores no muestrales en las encuestas online. Éstos son errores que surgen del proceso mismo de investigación vinculados a problemas de relevamiento, codificación, carga de información, entre otros. En las encuestas online algunos errores no muestrales desaparecen, otros se resignifican o por el contrario algunos toman mayor relevancia.

Por un lado, podemos afirmar que se reducen considerablemente los errores no muestrales vinculados a temas de relevamiento, registro y carga de datos. Como en toda encuesta auto-administrada, no existen los errores asociados a las acciones u omisiones del encuestador (que pueden ir desde falsear datos, olvidar preguntas o transcribir erróneamente algunas respuestas). Tampoco existen errores de carga de datos. En relación a los errores de aplicación de códigos erróneos, éstos se minimizan sólo en los casos de las preguntas abiertas.

Otro tipo de errores no muestrales, por el contrario, se potencian y requieren de un exhaustivo control para minimizarlos. Uno de los principales errores está asociado al momento de programación de la encuesta y pueden listarse aquí un abanico de temáticas. Por ejemplo, problemas de tipeo de preguntas o respuestas, de programación de un filtro o de un pase de pregunta, errores al establecer la cuota de un segmento, un tipo de pregunta que es de categorías excluyentes, pero se programa como respuesta de opción múltiple, etc. Los autodenominados errores de programación están asociados a la tarea de organizar el cuestionario dentro de la plataforma, pero abarcan en su interior temas tanto de diseño de cuestionario, de edición, de sistematización como de organización muestral. Minimizar estos errores requiere de un control exhaustivo en el momento previo al lanzamiento, realizando pruebas piloto, así como un monitoreo y seguimiento constante posterior.

Como en todo formulario, sobre todo en los autoadministrados, es fundamental ser muy claro en la pregunta y las opciones de respuesta, favorecer la simplicidad de escritura, conocer muy bien el lenguaje del entrevistado, realizar las aclaraciones necesarias para no generar confusiones en relación a la modalidad de registro de cada pregunta, etc.

## 2.f EL DISEÑO MUESTRAL

Uno de los problemas más complejos que se presenta en el aula refiere a las particularidades del diseño muestral. Consideramos que este es un punto de suma importancia a la hora de definir si es la técnica de recolección más adecuada a los fines de cada investigación particular.

Por un lado, no cabe duda que este tipo de encuestas - por todos los aspectos mencionados precedentemente - es una alternativa accesible, tanto por la relativa facilidad de su programación como por los bajos costos y la optimización de tiempos de realización. Asimismo, parecerían responder con mayor sinergia a los espacios en los cuáles actualmente se comunican e interactúan muchas generaciones, sobre todo los perfiles más jóvenes (internet, e-mail, redes sociales, plataformas de mensajería digital, entre otras).

Ahora bien, generalizar su uso sin una reflexión metodológica previa acerca de su alcance y pertinencia en cada contexto de aplicación podría llevarnos a equívocos al momento de interpretar los resultados de un estudio.

Como en toda investigación, para iniciar el diseño de una muestra, es necesario primero acotar el universo (es decir, determinar con precisión cuál es la población) y conocer las unidades que la componen (Rodríguez Osuna, J. 1991). El siguiente paso consiste en construir el marco muestral que mejor responde a la definición de dicho universo y que permite, por lo tanto, una correcta selección de las unidades de análisis.

En todas las situaciones, la construcción del marco es una tarea ardua y las encuestas online presentan particularidades que es necesario contemplar. Por un lado, por la dificultad de obtener listados de e-mails, usuarios, perfiles. Por otro lado, porque aun teniendo una base de contactos amplia, no siempre los correos electrónicos, nicknames, cuentas, se encuentran correctamente escritos ni corresponden a la dirección o perfil que actualmente utiliza el entrevistado para conectarse. En ocasiones, algunas direcciones o perfiles quedan destinadas para otros fines como acceder a aplicaciones o a determinadas redes sociales, o se duplican las cuentas para el mismo usuario bajo diferentes nombres. Otra de las cuestiones que se presenta, es que en algunos casos sólo se posee direcciones de e-mail o nombre clave sin otros datos del entrevistado, lo que dificulta identificar casos repetidos. Asimismo, exceptuando poblaciones muy acotadas, cabe preguntarse cuán abarcativa es la construcción de ese marco muestral o si sólo contempla una parte de ella.

El debate sobre este último aspecto tiene relevancia por ejemplo en estudios poblacionales en donde surge la pregunta acerca de qué tan representativo de la población general resulta el



marco muestral construido. Muchos debates se centran en cuestionar en qué medida se logra captar heterogeneidad o captar a los sectores más vulnerables de la población, entre quienes el acceso a internet aún hoy no está masificado. Si bien actualmente existen empresas que poseen paneles que garantizan una base representativa de la población en relación a las variables sociodemográficas principales, se trata de paneles que se sostienen mediante un sistema de incentivos de puntajes y premios, lo que abre interrogantes acerca de cierto sesgo de participación y genuinidad en la respuesta. Otro ejemplo se plantea entre las poblaciones juveniles en donde la apertura de mails no parece ser un hábito generalizado ya que la mayor parte de sus intercambios e interacciones se realizan a través de las redes sociales. A la inversa las poblaciones de adultos mayores no frecuentan todas las redes sociales (facebook, instagram, tik tok, etc) o la hacen con otro tipo de frecuencia.

Otro aspecto importante del diseño se vincula al tipo y tamaño muestral. Reconstruyendo palabras de Jorge Padua *“el problema del muestreo surge cuando la población a estudiar es demasiado numerosa como para implicar costos de energía y dinero insuperables. Se trata entonces de seleccionar a un subconjunto que minimice esos costos al mismo tiempo que no se produzca pérdida de precisión”* (Padua, 1993). Esta afirmación parecería alejarse de la decisión de aplicar una muestra o un censo dentro de la modalidad de encuestas online. En este último caso dependerá menos de factores de costos, tiempos y evaluación acerca de los errores no muestrales que de la posibilidad de acceder a todas las unidades que componen una población y poder entrevistarlas.

Otro aspecto se refiere a la determinación del tamaño de la muestra. El efecto de los costos por unidad de análisis adicional no es un factor relevante en las encuestas online. Sumar casos a una muestra no implica mayores costos ni esfuerzos. Por esta razón, una vez establecido un mínimo muestral, cabría preguntarse si el tamaño máximo de la muestra podría o no definirse previamente. Si bien existen mecanismos técnicos para determinar previamente cupos de casos por segmentos (es decir, programar un máximo de encuestas aceptadas para distintos grupos, por ejemplo, por rangos de edad), esto puede no establecerse. En todo caso, una vez cerrada la etapa de relevamiento, se necesitará realizar un análisis acerca de la muestra resultante y si la misma requiere algún tipo de ponderación o ajuste posterior para equilibrar desviaciones en la muestra.

Por último, mencionaremos dos puntos adicionales. Por un lado, que las encuestas virtuales permiten, como ninguna otra, mayor amplitud geográfica. Es decir, permiten llegar a un gran número de personas que pueden estar distribuidas a grandes distancias entre sí, eliminando las barreras territoriales. Por otra parte, una vez construido un marco muestral confiable y

dándole seguimiento y actualización al mismo, se facilita la realización de estudios longitudinales aplicados sobre una misma población.

### **3. DESTERRANDO MITOS- PRINCIPALES APORTES Y DESAFÍOS DE LAS ENCUESTAS ONLINE**

A continuación desarrollaremos una serie de mitos o ideas que suelen circular alrededor de los estudios con instrumentos on line y algunas argumentaciones que destierran esas falacias. En la práctica docente nos encontramos muchas veces con ideas del sentido común semi elaboradas, que circulan como especies de verdades instituidas. En algunos casos con más o menos fundamentos, pero en cualquiera de ellos nos interesa aplicar luz, para que la comunidad educativa sustente sus afirmaciones en cuestiones teórico metodológicas y no en mitos o leyendas

#### **3.1 La muestra y el marco muestral- Mito: LAS MUESTRAS DE LAS ENCUESTAS ONLINE NO SON REPRESENTATIVAS**

Como señalamos recientemente la construcción del marco muestral constituye uno de los principales desafíos en toda etapa de la definición muestral. Al igual que en otras modalidades, trabajar con muestras probabilísticas o no probabilísticas dependerá de la posibilidad de aleatorización en la selección de los casos. Si bien es una acción factible siempre que se posea un listado de la totalidad de la población objetivo, operativamente puede tratarse de una ardua actividad de seguimiento de contactos y generación del circuito de reemplazos. En todo caso, lo que resulta desafiante es el cuestionamiento acerca de la representatividad de la muestra resultante. Es decir, si consideramos que los resultados de la muestra mantienen cierta similitud con la población objetivo o, en su defecto, la muestra presenta algún tipo de sesgo como resultado del reclutamiento utilizado. Como en cualquier otra investigación, la definición del universo y la existencia de marcos muestrales con información de contacto o en caso contrario, tener que definir otra estrategia de contacto con las unidades de análisis, determinará las características que podrá tener la muestra.

En los estudios probabilísticos la validez muestral se relaciona con la posibilidad de contar con marcos muestrales representativos donde cada unidad de análisis tiene igual probabilidad (o probabilidad conocida) de ser seleccionada en el estudio. En los estudios aplicados con modalidad online, por ejemplo a través de casillas de e-mail o usuarios de las redes, esta situación se complejiza, entre otras cuestiones, por la dificultad de conocer la probabilidad de cada unidad de formar parte de la muestra, dificultad que se complejiza aún más en los estudios longitudinales o de tipo tracking.

La posibilidad de aplicar una encuesta de forma digital y luego distribuirlas ya sea a través de un enlace por mail, redes o mensajería, o el uso de servicios de paneles on line, son una alternativa que lleva a construir muestras no probabilísticas por cuotas o coincidentales.

Si, por el contrario, existe un marco muestral –listado exhaustivo de unidades de análisis con datos de contacto –teléfono, dirección de correo electrónico-puede censarse a la población o bien realizar una selección aleatoria de casos para aplicar el instrumento, conformando así muestras probabilísticas.

Es decir, la definición del universo y el tipo de muestra se mantienen como en cualquier otra investigación, dependiendo de las posibilidades y características de la misma. El desafío es sostener la rigurosidad metodológica en el diseño, implementación y procesamiento

### **3.2. Acerca del diseño del instrumento de relevamiento online- *MITO: CON LOS SOFTWARE ACTUALES CUALQUIERA PUEDE HACER UN CUESTIONARIO***

Las plataformas y softwares de programación de cuestionarios digitales, son herramientas muy útiles tanto para mejorar los procesos de implementación de la encuesta -ya sea administrada por encuestadores o autoadministrada, en especial al mejorar la calidad del registro al poder definir distintos controles de consistencia, pases de preguntas según opciones elegidas de forma automática, distintas modalidades de administración como la rotación de preguntas o categorías de respuestas. Es interesante que en el alumnado actual el manejo de estas plataformas o softwares es más habitual incluso que entre los docentes, siendo que los primeros son nativos digitales y los segundos aprendidos. En ese sentido cabe dedicar un momento del proceso de enseñanza y aprendizaje a esa amalgama, sin perder de vista el proceso de la investigación.

Es importante destacar, que todo esto no reemplaza la instancia del diseño del cuestionario como instrumento de relevamiento que debe elaborarse como en cualquier investigación, teniendo en cuenta la inclusión de todas las variables de interés, el fraseo de las preguntas, la elaboración de los sistemas de categorías para las preguntas cerradas, la inclusión o no de preguntas abiertas, la agrupación de preguntas por bloques o módulos temáticos y su ordenamiento para cumplir con los requisitos de validez y confiabilidad del instrumento. Saber programar no garantiza los requisitos teórico metodológicos que requiere el diseño y aplicación de una encuesta.

Una vez hecho eso, que se puede plasmar en un documento de texto, se pasa a la etapa de programación que no necesariamente la realizará el investigador. Por eso es importante que incluya diferenciadamente a las preguntas y opciones -para los casos de la implementación

autoadministrada online- todas las indicaciones para la programación -pases, controles y demás indicaciones de rotación, respuestas únicas o múltiples, etc. Si se utiliza sólo como un soporte digital para la aplicación por encuestador, estas indicaciones también deben incluirse y pueden agregarse otras para el encuestador en caso de ser necesario. En nuestra práctica la posibilidad de ejercitar esta fase con los alumnos, realizando una serie de pruebas pilotos genera un efecto de aprendizaje sistemático y de práctica de investigación similar a la real.

En los casos de aplicación autoadministrada online, al igual que en los casos autoadministrados “en papel”, es importante también la claridad tanto en el diseño gráfico de las preguntas, de como se muestran las opciones como en las instrucciones a la persona encuestada: cantidad de respuestas que se admiten, si solo admite números, o breves introducciones al cambiar el bloque temático que orienten a la persona sobre las preguntas que encontrará. Lo que no es necesario incluir son las instrucciones de pases que van a estar resueltas en la programación y agilizan la aplicación y la calidad de los datos relevados al no exigir a la persona encuestada que tenga que prestar atención a estos aspectos con el riesgo de cometer errores o forzar respuestas a preguntas que no corresponden. En general, se establece que todas las preguntas son de respuesta obligatoria para garantizar integridad de los datos y que todos los casos estén completos. Deben plasmarse en el instrumento las instrucciones para la programación y las indicaciones para respondientes o encuestadores según corresponda.

Otro aspecto a considerar -más por el hecho de ser autoadministrado que por ser digital- es la inclusión de preguntas abiertas dado que suelen resultar de mayor exigencia para los encuestados aún más sin tener el soporte del encuestador. Es recomendable incluir una cantidad mínima de este tipo de preguntas, si el diseño lo permite pueden ubicarse hacia el final e incluso puede considerarse dejarse como opcionales -sin colocar la obligatoriedad de respuesta- para que en caso de que no quieran contestar puedan finalizar la encuesta. En muchas ocasiones ante dificultades con las preguntas o por no saber qué responder en una abierta o si no existen las opciones de No sabe/Prefiere no responder en una cerrada, puede ser motivo de abandono de la encuesta.

### **3. Sobre la modalidad online de aplicación: tasas de respuesta y tiempos de relevamiento.** *Mito: LA MODALIDAD ON LINE GENERA MAYOR COBERTURA*

Una de las principales ventajas usualmente mencionadas a la hora de encarar un relevamiento online se vincula con la posibilidad de abarcar a una gran cantidad de población en un tiempo reducido, sobre todo población que se encuentra dispersa geográficamente o es de difícil

acceso. Esto resulta beneficioso en términos de la reducción de tiempos en el envío de cuestionarios, aunque cabe advertir que no se traduce necesariamente en una reducción de los tiempos efectivos de respuesta. Es decir, que con un tiempo mínimo tras un click el instrumento es enviado, sin embargo el momento de la respuesta depende mucho más del interés y disponibilidad de la persona encuestada que de lo que puede hacer el o la encuestadora. (J. L. Arias Gonzáles · 2020). Influyen también factores tales como el momento del envío y los hábitos o comportamientos digitales de la población en estudio que pueden incrementar o disminuir las posibilidades de respuesta efectiva. Otro de los puntos salientes en los relevamientos refiere a la brecha que existe entre los niveles de respuesta efectiva y el volumen de envíos realizados. Es importante considerar como un desafío en las encuestas on line la tasa de no respuesta y la tasa de abandono del cuestionario, como indicadores de seguimiento e implementación de la investigación. Existen diversas estrategias para modificar estos indicadores que estarán en íntima relación con el conocimiento de las características de la población estudiada

Para mejorar esta tasa, se pueden aplicar estrategias de sensibilización, difusión, comunicación previa al inicio del relevamiento, dejar canales de contacto ante dudas, problemas, programar reenvíos luego de cierto plazo, incluir algún estímulo, e incluso si existen los recursos y se tienen los contactos, realizar llamados como recordatorio.

La reducción de los tiempos de campo al poder abarcar un gran número de casos en poco tiempo, incluso geográficamente dispersos, es una característica valorada. Sin embargo, la relación entre el envío del cuestionario y la respuesta efectiva no es lineal. Por ello sostenemos que para generar mayor capacidad de distribución es necesario comprender que penetración no garantiza altos niveles de respuesta. En este sentido, las estrategias para mejorar la tasa de no respuesta apuntan a fortalecer la difusión y comunicaciones previas al inicio del relevamiento, así como a desarrollar canales de contacto ante dudas, problemas. También es importante el reenvío del instrumento luego de cierto plazo a quienes no respondieron y en algunos casos evaluar contactos telefónicos como recordatorio y hasta la inclusión de algún estímulo.

Es importante transmitir al estudiante que la cantidad y magnitud es algo relevante, pero pierde valor si no cuenta con la rigurosidad suficiente, si la confiabilidad y validez entra en riesgo a merced de ampliar la magnitud de cobertura.

#### **4. El procesamiento y el análisis en “tiempo real” - Mito: SE PUEDE REALIZAR EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS EN TIEMPO REAL**

Otra ventaja que suele señalarse como una distinción en los estudios con instrumentos virtuales es la posibilidad de obtener los procesamientos básicos al mismo tiempo que las respuestas van llegando y conforman la matriz, así como la disponibilidad de herramientas y software que, tras una interface, ofrecen distintas visualizaciones y diseños en términos de colores, imágenes, videos, sonidos e interacción como estímulo para la indagación y devuelven gráficos e imágenes en tiempo real con el insumo de cada nuevo formulario que se recibe.

“La facilidad de uso, junto con la simplicidad logística que brinda la digitalización, son los factores que explican, aparte del precio, su creciente éxito. El hecho de que no se requiera de conocimiento experto para implementarlas resulta muy atractivo. En la actualidad, existen infinidad de aplicaciones sencillas que permiten a cualquier persona diseñar un cuestionario para su uso en línea” (Arroyo Menéndez, Millán y Finkel Morgenstern, Lucila (2019)

Las plataformas ofrecen herramientas que permiten visualizar los resultados básicos – frecuencias, cruces, medias- a medida que las respuestas van llegando. Al no requerir de un proceso de carga de datos como lo hacen las encuestas en papel, y poseer menor trabajo de limpieza de la base por las programaciones previas realizadas para tal fin, los tiempos se reducen. bien puede resultar de utilidad para el seguimiento del trabajo de campo (al poder controlar la cantidad de casos y estructura de muestra) o para tener algún resultado preliminar, esto no reemplaza la instancia de procesamiento ni análisis que sólo puede realizarse con la muestra final. Vale preguntarse cuando procesar datos hace sentido y para qué. La posibilidad de procesamiento permanente genera riesgos de ofrecer información preliminar no certera. Por ello sostenemos que, más allá de la logística del procesamiento, debería operar por detrás un análisis teórico que sustente cada una de las decisiones metodológicas.

Aquí es importante que el estudiante docente comprenda que es necesario preguntarse el para que de cada cruce o procesamiento, cual es el objetivo o hipótesis detrás de cada cuadro, y no avanzar en un análisis compulsivo porque la tecnología lo pone disponible

## **5. Sobre la importancia de las decisiones metodológicas y las herramientas para su enseñanza** *Mito: LAS ENCUESTAS ON LINE ES MÁS FÁCIL HACER UNA INVESTIGACIÓN*

Todos los apartados anteriores nos introdujeron finalmente en el corazón de la cuestión a debatir y sostener que refiere a la importancia de las decisiones teórico metodológicas al monto de diseñar y aplicar un instrumento así como de analizar la información La

proliferación cada vez mayor de múltiples herramientas digitales que son de libre acceso parecerían universalizar ciertas prácticas de investigación que forman parte de decisiones teórico-metodológicas que garantizan cierto grado de validez científica. Por ello la rigurosidad metodológica en la construcción de la muestra, la validación de los instrumentos, la confiabilidad y la vigilancia epistemológica se vuelven instancias valiosas y necesarias para que el proceso forme parte de un proceso de investigación y no sea meramente una recolección de información.

Esto implica considerar que las decisiones de carácter técnico se entrelazan a las decisiones teórico-metodológicas propias de todo proceso de investigación científica. Elegir la herramienta digital acorde al instrumento y a los objetivos de la investigación se vuelve entonces una decisión metodológica y no solamente de técnica informática. En este sentido, es importante poder dar cuenta que la elección de uso de ciertas técnicas y herramientas digitales son adecuadas, se ajustan a los objetivos y son el mejor enfoque posible para responder al planteamiento de problema y a las preguntas de investigación planteadas.

El uso de este tipo de herramienta en el marco de la implementación del trabajo de campo del proyecto de investigación realizado en el marco de la materia “Metodología de la Investigación Social”, es un doble desafío al permitir trabajar con los/as estudiantes el uso de estas técnicas sin perder de vista todos los aspectos teóricos metodológicos ya mencionados.

La presencia cada vez mayor de múltiples herramientas digitales de fácil acceso, requieren volver a destacar la relevancia que las decisiones adoptadas en el proceso de investigación forman parte de decisiones teórico-metodológicas que garantizan cierto grado de validez científica. La definición de las unidades de análisis, la construcción de la muestra, la definición de las variables y diseño del instrumento, así como el trabajo de campo, procesamiento y análisis son aspectos que requieren de rigurosidad teórico-metodológica que no son resueltos por el uso de herramientas digitales. Las decisiones de carácter técnico se entrelazan a las decisiones teórico metodológicas propias de todo proceso de investigación científica. Elegir la herramienta digital acorde al instrumento y a los objetivos de la investigación se vuelve entonces una decisión metodológica y no solamente de técnica informática. En este sentido, es importante poder dar cuenta que la elección de uso de ciertas técnicas y herramientas digitales son adecuadas si se ajustan a los objetivos y son el mejor enfoque posible para responder al planteamiento de problema y a las preguntas de investigación planteadas.

## **APORTES FINALES**

En el presente documento nos propusimos sistematizar algunas reflexiones sobre las encuestas online con el fin de generar una serie de contribuciones al debate sobre esta temática, un debate que consideramos se ha mantenido relegado dentro del ámbito académico.

De acuerdo a autores como D'Ancona (1996), la encuesta es una técnica de recolección de información muy adecuada para obtener información de un conjunto amplio de personas ubicadas en distintos puntos geográficos. Siguiendo esta línea, podemos pensar que las nuevas tecnologías permiten abordar a un conjunto ampliado de la población. A su vez, reducen al mínimo tres problemas que señala este autor sobre la accesibilidad a las viviendas, dificultades de ubicar a las unidades de análisis por ausencia en el hogar y reacciones de la persona encuestada frente a quien realiza la encuesta, afectando sus respuestas. Sin embargo, también proporciona algunas dificultades para acercarse a quienes no tienen o no manejan la tecnología. El hecho de que muchos hogares no cuenten con Internet, o aun teniéndolo posean accesos obsoletos o conexiones precarias, tengan escasos conocimientos del lenguaje digital, o posean escasa disponibilidad para responder son solo algunos límites que impactan en la representatividad de la muestra resultante.

Por otro lado, el uso de plataformas digitales reduce costos y favorece el lanzamiento de cuestionarios sin la necesidad de contratar a un equipo de trabajo amplio. Esta bondad no deja de ser un riesgo potencial si sobredimensionamos las promesas de la herramienta y omitimos los controles de calidad necesarios en todo proceso de investigación que permiten garantizar la validez y confiabilidad de los datos construidos.

Por último, nos parece importante destacar que la identificación de ventajas y desventajas en las encuestas online opera solamente como un primer acercamiento a la temática y por lo tanto no pretende convertirse en una comparación taxativa ni generalizada. Sostenemos que sólo en el contexto de cada investigación y pensando en las características de cada población se podrá realizar la reflexión sobre la pertinencia metodológica de esta técnica de relevamiento en relación a las otras técnicas denominadas tradicionales.

A modo de cierre podemos señalar que como docentes de la Materia metodología de la Investigación de la carrera de Sociología nos es de vital importancia generar debates en torno a la aplicación de cuestionarios vía on line para que el proceso de enseñanza incorpore las virtudes y desafíos a la par de los cambios tecnológicos.



## BIBLIOGRAFÍA

- CEA D'ANCONA, M. A. *Metodología Cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis, 1996.
- CEA D'ANCONA, M. A., *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid: Síntesis, 2004.
- DÍAZ DE RADA, V.: “Eficacia de las encuestas por Internet: un estudio preliminar” en Revista Española de Sociología – RES, N° 13, 2010, pp. 49-79. Disponible en <http://www.fes-web.org/res/sumarios/013.php>
- HEERWEGH, D. “Mode differences between face-to-face and web surveys: An experimental investigation of data quality and social desirability effects”, International Journal of Public Opinion Research, vol. 21, pp. 111-120. 2009
- KWAK, N. y RADLER, B., “A Comparison between mail and web surveys: response pattern, respondent profile and data quality”, Journal of Official Statistics, vol. 18, n° 2, pp. 257-273. 2002.
- LAMAS, C. “Encuestas en la WEB”, en AEDEMO, Primer seminario sobre impacto de nuevas tecnologías en investigación, marketing y comunicación, pp. 253- 306. 1997.
- LÓPEZ, A. ¿Seguimos hablando del online?, en Investigación y Marketing, n° 98, marzo, pp. 28-30. 2008.
- MANFREDA, K. L. y VEHOVAR, V., “Internet surveys”, en de Leeuw, E. D., Hox, J. J. y Dillman, D. A. (ed.), International Handbook of Survey Methodology, Nueva York, Lawrence Erlbaum Associates y Asociación Europea de Metodología, pp. 264-284. 2008
- MARRADI, A.; ARCHENTI, N.; PIOVANI J.I.: *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé, 2007.
- PADUA, J.. *Técnicas de investigación aplicadas a las Ciencias Sociales*. México: FCE, 1979.
- RODRIGUEZ OSUNA, J. *Métodos de muestreo*. Madrid: CIS, 1991.
- SÁNCHEZ J.J. y SEGOVIA, J.M.. “La participación y la influencia del recordatorio en las encuestas panel on line a estudiantes universitarios”, Empiria, n°16, pp.135-161. 2008
- TAYLOR, H. “Does Internet research work? Comparing on line survey results with



VIII Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales  
Desigualdades, territorios y fronteras:  
Desafíos metodológicos para su abordaje en América Latina

- telephone survey*”, International Journal of Market Research, vol. 41, pp. 51-63. 2000
- VALLS, O., “*Investigación online: menos costes y mayor rapidez*”, Investiga, publicación de investigación de mercados, nº 17, verano, pp. 24-28. 2007.