

Planeación y Organización del trabajo de campo

El trabajo de campo implica la selección, capacitación y supervisión de las personas que reúnen los datos. La validación del trabajo de campo y la evaluación de quienes lo realizan también forman parte del proceso.

La naturaleza del trabajo de campo varía, según la modalidad de la obtención de datos y el énfasis relativo en los distintos pasos será diferente para las entrevistas telefónicas, personales, por correo (Malhorta, N., 2008).

1. **Selección de los trabajadores de campo.** El primer paso en el proceso del trabajo de campo es la selección de los trabajadores de campo. El investigador debe: 1. Hacer las especificaciones de trabajo para el proyecto, tomando en cuenta la forma de recolección de información; 2. Decidir qué características deben tener los trabajadores de campo y 3. Reclutar a los individuos adecuados. Los antecedentes, opiniones, percepciones, expectativas y actitudes de los entrevistadores pueden influir en las respuestas que obtienen.
2. **Capacitación de los trabajadores de campo.** La capacitación de los trabajadores de campo es fundamental para la calidad de los datos obtenidos. Puede hacerse de manera personal en un local central o, si los entrevistadores están geográficamente dispersos, por correo, videoconferencia o usando internet. La capacitación asegura que todos los entrevistadores apliquen el cuestionario de la misma forma para obtener los datos de manera uniforme. La capacitación debe abarcar tareas como la manera de hacer el contacto inicial, plantear las preguntas, hacer el sondeo, registrar las respuestas y terminar la entrevista.

Planeación y Organización del trabajo de campo

3. **Hacer el contacto inicial.** El contacto inicial puede llevar a la cooperación o a la pérdida de encuestados potenciales. Debe capacitarse a los entrevistadores para que hagan comentarios iniciales que convencen a los encuestados potenciales de que su participación es importante.
4. **Planteamiento de las preguntas.** Incluso el más pequeño cambio en la redacción, secuencia o manera de hacer la pregunta puede distorsionar su significado y sesgar la respuesta.

Con respecto a las preguntas, es importante antes de aplicar un cuestionario en el trabajo de campo que también se utilice un sondeo que amplíe, aclare o explique las respuestas; que también los ayude a concentrarse en el contenido específico de la entrevista y a que brinden solo la información relevante.

Algunas de las técnicas de sondeo de uso más común son:

- Repetir la pregunta. Repetir la pregunta, con las mismas palabras, podría ser eficaz para obtener una respuesta.
- Repetir la respuesta del encuestado. Puede estimularse a los encuestados mediante comentarios. Esto se hace mientras el entrevistador registra la respuesta.
- Hacer pausa o un sondeo silencioso. Un sondeo silencioso, una pausa expectante o una mirada suelen dar pie para que el encuestado proporcione una respuesta más completa.
- Estimular o tranquilizar al encuestado. Si el encuestado vacila, el entrevistador debe tranquilizarlo con comentarios como: “aquí no hay respuestas correctas o incorrectas,

Planeación y Organización del trabajo de campo

solo queremos conocer su opinión”. Si el encuestado necesita una explicación de una palabra o una frase, el entrevistador no debe hacer interpretaciones.

- Provocar una aclaración. Puede motivarse al encuestado para que coopere con el entrevistador y dé respuestas completas con preguntas como, “no entiendo muy bien lo que usted quiere decir con eso, ¿sería tan amable de ampliar un poco más?”
- Usar preguntas o comentarios objetivos o neutrales. Las siguientes son algunas preguntas o comentarios que suelen usarse como sondas y las abreviaturas correspondientes: ¿alguna otra razón? etc.

5. **Registro de las respuestas.** Es común cometer errores al momento de registrar las respuestas. Los entrevistadores deben usar el mismo formato y convenciones para registrar las entrevistas y corregir las entrevistas terminadas. Las reglas para registrar las respuestas a las preguntas estructuradas varían con cada cuestionario específico; pero la regla general es rellenar el espacio que refleja la respuesta del encuestado. La regla general para registrar las respuestas a preguntas no estructuradas es hacerlo de manera literal.

El manual del entrevistador del centro de investigación por encuestas proporciona los siguientes lineamientos para registrar las respuestas a las preguntas no estructuradas:

- Registre las respuestas durante la entrevista.
- Use las palabras del encuestado.
- No resuma ni parafrasee las respuestas de los encuestados.
- Incluya todo lo que sea pertinente a los objetivos de la pregunta.

Planeación y Organización del trabajo de campo

- Incluya todos los sondeos y comentarios.
- Repita la respuesta tal como está escrita.

Terminación de la entrevista. La entrevista no debería concluirse antes de obtener toda la información. Debe registrarse cualquier comentario espontáneo que haga el encuestado después de haber planteado todas las preguntas formales. El entrevistador debe responder las preguntas del encuestado acerca del proyecto. Es importante agradecer al encuestado y expresarle reconocimiento.

Referencias:

Benassini, M. (2009). *Introducción a la Investigación de Mercados. Enfoque para América Latina*. (2ª. Ed.) México: Pearson-Prentice Hall.

Malhorta, N. (2008). *Investigación de Mercados*. (5ª. Ed.) México: Pearson-Prentice Hall.