

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

CARRERA DE INGENIERÍA EN GERENCIA Y LIDERAZGO

**TEMA: “ESTRUCTURACIÓN Y APLICACIÓN DEL MANUAL DE
PROCESOS COMO INSTRUMENTO PARA AFIANZAR EL
MODELO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA SANTIAGO PÉREZ
INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS CÍA. LTDA.”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
GERENCIA Y LIDERAZGO**

AUTOR:

ANDRÉS PAZMIÑO SANTACRUZ

DIRECTOR:

DR. JOSÉ ACOSTA

QUITO, NOVIEMBRE DE 2012

DECLARACIÓN

Yo, Andrés Vladimir Pazmiño Santacruz, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Politécnica Salesiana, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

ANDRES VLADIMIR PAZMIÑO SANTACRUZ

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por el señor Andrés Vladimir Pazmiño Santacruz, bajo mi supervisión.

Dr. José Acosta
DIRECTOR DE TESIS

Agradecimientos:

Tomando en cuenta que esta carrera ha pasado de ser una de velocidad a una de resistencia, sabiduría y constancia; agradezco a todas y cada una de esas personas que en su momento y a su manera instalaron un puesto de agua para hidratarme y animarme a continuar; desde mis compañeros de aula, los grandes y excelentes amigos que encontré en este camino, a los buenos profesores, a mis compañeros de trabajo, y por su puesto a mi grandiosa familia, a mi padre y a mi madre; haciendo un paréntesis necesario para mencionar a esa persona que me alentó como nadie, y que con puesto privilegiado desde el cielo, mi abuelita Mariana me verá terminar finalmente esta carrera.

Dedicatoria:

De manera muy especial, este proyecto que marca el final de un camino y abre la puerta a muchos senderos más para ser caminados, va dedicado a mi esposa Andrea, ya que fue ella quien me levantó de un descanso en el que me encontraba atado, y con su gran amor, paciencia y comprensión, me dio el empuje final y el más importante para culminar este proyecto, y es que simplemente sin ella estas palabras no habrían encontrado el papel donde ser impresas.

RESUMEN

La empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., es una empresa de investigación y estudios de opinión pública tanto de carácter social como político usando técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, siendo la encuesta la principal herramienta de investigación cuantitativa para acceder a la opinión pública.

Esta empresa ha ido creciendo y evolucionando a la par que la expansión de la empresa necesitaba guías y directrices sobre los procesos que se creaban en la marcha del aprendizaje, proponiendo nuevas ideas, nuevos procesos y sistemas, tanto de análisis cómo de ejecución, pero ninguno de estos ha sido registrado en un manual o documento que sintetice y explique estos procesos.

En cierto modo y debido las exigencias del mercado, muchos de los procesos han tenido la necesidad de evolucionar, perfeccionarse y ponerse a la altura de un sistema competitivo de procesos de investigación. Pero si bien es cierto se puede perfeccionar y avanzar, no se puede dejar de lado el historial, el fondo o contexto del proceso, ya que es importante también que para perfeccionar un proceso se debe conocer de donde parte y que propone, para lo cual también es importante el registro de los mismos para su revisión y corrección.

Por otro lado están los sistemas de inducción y adiestramiento de personal, lo cuales son mucho más efectivos y eficientes si se realizan con documentación apropiada que guíe al personal en el correcto camino de aprendizaje.

Frente a la coyuntura detallada en la problemática a estudiar, se puede determinar que la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., por su vasta trayectoria y experiencia en la realización de estudios de opinión para investigaciones políticas o sociales, se ve en la necesidad de identificar, mejorar y documentar sus procesos y procedimientos, logrando

de esta manera el mejoramiento progresivo de la empresa. Situación por la cual es preciso realizar un manual de procesos para la empresa.

Este proyecto se encuentra enfocado en mejorar la gestión del ciclo de encuestas para lo cual es necesario registrar, analizar y simplificar las actividades, generando acciones que favorezcan a las prácticas que lleven a la eficiencia y a la eficacia, eliminen el desperdicio de tiempo, esfuerzo y materiales y conduzcan a sostener una cultura de calidad. Poniendo de manifiesto que no bastan las normas, sino, que además, es imprescindible el cambio de actitud en el conjunto de los trabajadores, en materia no solo de hacer las cosas bien, sino dentro de las prácticas definidas en la organización. Logrando de ésta manera que el cumplimiento de los tiempos y plazos sea el compromiso más serio de la empresa.

La funcionalidad de un Manual de Procesos, es permitir que todas las tareas y procedimientos por área vinculada, así como, la información relacionada, sea totalmente comprensible y de fácil acceso, logrando de esta manera que el trabajo realizado tanto grupal como individualmente puedan realizarse de manera dinámica y coordinada.

La realización de un manual de procesos permitirá a la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., optimizar sus recursos, ejecutar un trabajo eficiente de manera dinámica y controlada, y contar con información comprensible y de fácil acceso. A la vez que este manual sustentará la lógica administrativa de la organización.

En la empresa hay un punto principal en la que entorno giran la mayoría de los procesos, y es el ciclo de encuestas, ya que siendo esta la actividad principal de la organización, depende de la ejecución de este macro proceso que la empresa pueda alcanzar y cumplir sus objetivos; es por tal razón que la delimitación del universo de este estudio se centrará en el “Ciclo de Encuestas”

El proyecto tiene la doble finalidad de hacer mención a la existencia y disponibilidad de un “Manual de Procesos para la empresa Santiago Pérez

Investigación y Estudios” y de proveer una herramienta de apoyo referencial sobre el proceso, subproceso y producto final de la gestión del ciclo de encuestas y sobre los principales pasos para su logro, los criterios de evaluación y gestión, las relaciones interinstitucionales y las normas básicas del subproceso que le dan vigencia y sostenibilidad, a la vez que guarda una memoria permanente institucional, que puede servir de consulta para cualquier ocasión.

Al no existir en la empresa ningún tipo de documento que avale o respalde cada uno de los procesos subprocesos y actividades de la organización, este manual registrará desde cero todas las actividades de cada proceso, tomando en cuenta la estructura organizacional actual y basándose en los lineamientos de programación de trabajo que en este momento realiza la empresa y su historial de trabajo.

El Ciclo de Encuestas es el macro proceso más importante de la organización en cuanto es el núcleo de trabajo de la empresa. Todos los proyectos de investigación y estudios de opinión están sujetos a esta herramienta de investigación que posteriormente pueden ser alimentados con estudios cualitativos, pero que en sí siempre empiezan con una investigación cualitativa a través de la encuesta.

En el ciclo de encuestas se encuentran inmersos procesos como: el diseño del formulario, la preparación de los instrumentos y materiales, el levantamiento de campo, el procesamiento de los datos, el análisis de los datos y la evaluación de todo el ciclo, sirviendo a manera de retroalimentación para el mejoramiento continuo del manual.

Finalmente se usará este manual, al ser el primero, como instrumento para afianzar el modelo de gestión de la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.

ÍNDICE GENERAL

1. CAPITULO I	12
1.1. DEFINICIÓN DEL TEMA	12
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.2.1. Antecedentes:	12
1.2.2. Planteamiento:	13
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.3.1. Sistematización del problema.....	14
1.4. OBJETIVOS	15
1.4.1. Objetivo General:	15
1.4.2. Objetivos Específicos:.....	15
1.5. DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.6.1. Importancia.....	16
1.6.2. Trascendencia.....	16
1.7. MARCO REFERENCIAL	16
1.7.1. Marco Teórico:	16
1.7.1.1. ¿Qué es un manual?	17
1.7.1.2. ¿Por qué es importante crear un manual de procesos?	18
1.7.1.3. Gestión de Procesos	18
1.7.1.4. Proceso.....	20
1.7.2. Marco Conceptual:	21
1.7.2.1. Gestión	21
1.7.2.2. Gestionar	21
1.7.2.3. La gestión por procesos	21
1.7.2.4. Gestión de Proyectos	21
1.7.2.5. Estados de los procesos.....	22
1.7.2.6. Organización.....	22
1.8. HIPÓTESIS	22
1.8.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	23
1.8.1.1. Dependiente	23
1.8.1.2. Independiente.....	23
1.9. ASPECTOS METODOLÓGICOS	23
1.10. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	24
1.10.1. Primaria.....	24
1.10.2. Secundaria	24
2. CAPITULO II	24
2.1. DIAGNÓSTICO MACRO	24
2.1.1 Caracterización de la Empresa	24
2.1.1.1. Organización.....	25
2.1.2 Programas y proyectos	36
2.1.2.1. Política y Elecciones:.....	36
2.1.2.1.1. Análisis de situación	36
2.1.2.1.2. Diagnóstico de la situación.....	37
2.1.2.1.3. Modo de contratación	38
2.1.2.2. Estudios Sociales para la Política Pública:.....	39
2.1.2.2.1. Análisis de situación	39
2.1.2.2.2. Diagnóstico de la situación.....	40
2.1.2.2.2.1. Metodología cualitativa	40
2.1.2.2.2.2. Metodología cuantitativa	41

2.1.2.3.	Mercado y Responsabilidad Social Empresarial:.....	42
2.1.2.3.1.	Análisis de situación	42
2.1.2.3.2.	Diagnóstico de la situación.....	42
2.1.3	Historia Laboral	43
2.1.4	Desarrollo de actividades	47
2.1.4.1.	OPE (Opinión Pública Ecuador)	47
2.1.4.1.1.	Ficha Técnica del Programa.....	48
2.1.4.1.2.	Módulos temáticos que abordan los formularios:	48
2.2.	DIAGNÓSTICO MESO	49
2.2.1	Enfoque General	49
2.2.1.1.	Encuesta.....	50
2.2.1.1.1.	Ventajas:.....	53
2.2.1.1.2.	Desventajas:.....	53
2.2.1.1.3.	Tipos de encuesta	53
2.2.1.1.3.1.	Tipos de cuestionarios.	54
2.2.1.1.3.2.	Tipos de preguntas:	54
2.2.1.1.4.	Reglas para la formulación de preguntas:	56
2.2.1.1.5.	Recomendaciones o Deformaciones al crear un cuestionario:	56
2.2.2	El ciclo de encuestas.....	57
2.3.	DIAGNÓSTICO MICRO.....	59
2.3.1	Manual de procesos	59
2.3.1.1.	Macro:.....	61
2.3.1.2.	Procesos:.....	61
2.3.1.3.	Subprocesos:.....	61
2.3.1.4.	Actividad:	61
2.3.1.5.	Procedimientos:.....	61
2.3.1.6.	Definición del problema	61
2.3.2	Diseño del experimento.....	62
2.3.2.1.	Manual de procesos del ciclo de encuestas	62
2.3.2.1.1.	Diseño	63
2.3.2.1.1.1.	Formulario.....	63
2.3.2.1.1.1.1.	Edición del formulario	69
2.3.2.1.1.1.2.	Secciones.....	71
2.3.2.1.1.1.3.	Tipo de preguntas	75
2.3.2.1.1.1.4.	Códigos	77
2.3.2.1.1.1.4.1.	Códigos comunes:.....	77
2.3.2.1.1.1.4.2.	Códigos singulares:	78
2.3.2.1.1.1.5.	Tarjetas de apoyo.....	78
2.3.2.1.1.2.	Muestra.....	80
2.3.2.1.1.2.1.	Tipología de la muestra	81
2.3.2.1.1.2.2.	Cálculo de la muestra.....	83
2.3.2.1.1.2.2.1.	Procedimientos de estratificación	84
2.3.2.1.1.2.2.2.	Selección de la muestra por conglomerados	85
2.3.2.1.1.2.2.3.	Margen de error	86
2.3.2.1.2.	Preparación	87
2.3.2.1.2.1.	Revisión	88
2.3.2.1.2.2.	Capacitación	90
2.3.2.1.2.3.	Pre-test	92
2.3.2.1.2.4.	Materiales	93

2.3.2.1.3.	Campo	93
2.3.2.1.3.1.	Asignación de la carga de trabajo.....	94
2.3.2.1.3.2.	Supervisión	96
2.3.2.1.3.2.1.	Acompañamiento de campo.....	96
2.3.2.1.3.2.2.	Revisión y evaluación.....	98
2.3.2.1.3.2.3.	Responsabilidades	101
2.3.2.1.3.2.3.1.	Del Coordinador Nacional.....	101
2.3.2.1.3.2.3.2.	Del Coordinador Provincial	102
2.3.2.1.3.2.3.3.	De la supervisión	102
2.3.2.1.3.2.3.4.	Del Encuestador	103
2.3.2.1.4.	Procesamiento.....	103
2.3.2.1.4.1.	Digitación	104
2.3.2.1.4.2.	Depuración.....	106
2.3.2.1.4.3.	Codificación	107
2.3.2.1.4.4.	Procesamiento	111
2.3.2.1.5.	Análisis	115
2.3.2.1.5.1.	Frecuencias	115
2.3.2.1.5.2.	Cruces.....	117
2.3.2.1.5.3.	Informe.....	118
2.3.2.1.5.3.1.	Presentación	119
2.3.2.1.6.	Evaluación.....	121
2.3.2.1.6.1.	Campo	121
2.3.2.1.6.2.	Productos.....	122
2.3.2.1.6.3.	Archivos	123
3.	CAPITULO III	124
3.1.	Modelo de Gestión del Manual de Procesos	124
3.1.1	Factibilidad de gestión.....	124
3.1.1.1.	Matriz de procesos	125
3.1.1.1.1.	Fichas técnicas de identificación de procesos:.....	125
3.1.1.1.	Diagramas de flujo.....	158
3.1.1.1.1.	Simbología.....	158
3.1.2	Aplicabilidad como sustentación al modelo	163
4.	CAPITULO IV	164
4.1.	Presupuesto	164
5.	CAPITULO V	166
5.1.	Conclusiones	166
5.2.	Recomendaciones	169
6.	CAPITULO VI	170
6.1.	Bibliografía.....	170
6.2.	Bibliografía y fuentes de consulta.....	171

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES Y TABLAS

Ilustración 1: Organigrama estructural S.P. Investigación y Estudios	26
Ilustración 2: Estructura de trabajo	35
Ilustración 3: Mapa de procesos	59
Ilustración 4: Formulario.....	66
Ilustración 5: Revisión de tipologías.....	99
Ilustración 6: Revisión de saltos.....	101
Tabla 1: Distribución supervisores de campo	33
Tabla 2: Ejemplo data (codificación)	109
Tabla 3: Tabla de frecuencias.....	114
Tabla 4: Tabla estadística	115

1. CAPITULO I

1.1.DEFINICIÓN DEL TEMA

“ESTRUCTURACIÓN Y APLICACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS COMO INSTRUMENTO PARA AFIANZAR EL MODELO DE GESTIÓN DE LA EMPRESA SANTIAGO PÉREZ INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS CÍA. LTDA.”

1.2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Antecedentes:

El primer ejemplo conocido de un estudio de opinión fue una encuesta de voto local, sin valor científico, realizado por el Harrisburg Pennsylvania en 1824, mostrando como ganador a Andrew Jackson sobre John Quincy Adams por 335 votos a 169 en la campaña por la Presidencia de los Estados Unidos. Estas encuestas primitivas se volvieron populares, pero manteniéndose localizadas. En 1916, el Literary Digest se embarcó en una medición de carácter nacional, enviando millones de tarjetas postales y contando las que fueran regresadas, de esta forma se predijo correctamente la elección como Presidente de Woodrow Wilson y de las siguientes cuatro elecciones presidenciales. En 1936, el “Literary Digest” utilizó una muestra significativa de 2.3 millones de “votantes”, en la cual habían determinado que la población norteamericana tendía a simpatizar con el Partido Republicano. Una semana antes del día de las elecciones presidenciales, fue reportado que Alf Landon del Partido Republicano era, de lejos, mucho más popular que Franklin D. Roosevelt del Partido Demócrata. Al mismo tiempo, George Gallup condujo una encuesta mucho más pequeña, pero con mejores bases científicas, utilizando muestras demográficas representativas. Gallup correctamente predijo la victoria de Roosevelt, llevando así a la bancarrota a la Literary Digest. Gallup lanzó una subsidiaria en el Reino Unido, donde predijo correctamente la victoria del Partido Laborista en la elección general de 1945, en contraste con virtualmente todos los otros comentaristas,

quienes esperaban que el Partido Conservador, liderado por Winston Churchill, ganara fácilmente. Ya para el 1950, las encuestadoras se habían propagado por la mayoría de las democracias, llegando a estar a inicios del siglo XXI en prácticamente todos los países del mundo. Por muchos años, los estudios de opinión fueron realizados principalmente cara a cara, tanto en las calles como en los hogares de las personas, siendo este método aun ampliamente usado.

1.2.2. Planteamiento:

Santiago Pérez inicia sus actividades en el Ecuador como persona natural en el año 2005, y para el 28 de febrero del año 2008, la empresa se consolida como tal, tomando el nombre institucional de Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.¹. Para esta fecha, dentro de sus trabajos más representativos, ya había realizado estudios de investigación política para asesoramiento encampañas electorales como fue la primera candidatura a la presidencia de Rafael Correa Delgado siendo éste electo en noviembre de 2006. En marzo de 2008 se firmó un contrato con la Defensoría Pública Penal para realizar el primer censo Penitenciario Nacional en el Ecuador, con un despliegue de más de 150 encuestadores y 20 coordinadores y supervisores dispersos en cada uno de los centros de rehabilitación social, centros de detención y casas de confianza en todo el país.

S.P. Investigación y estudios subdivide sus estudios en varias ramas de investigación, según las necesidades del cliente. Estos subniveles de investigación son: Política y Elecciones, Estudios Sociales y Políticas Públicas y finalmente Medios y Mercado.

1.3.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Como resultado de todo el trabajo y la experiencia ganada, la empresa ha ido evolucionando y creciendo en su campo laboral, proponiendo

¹ Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda. *Constitución de la Compañía*

nuevas ideas, nuevos procesos y sistemas, tanto de análisis cómo de ejecución, pero ninguno de estos ha sido registrado en un manual o documento que sintetice y explique estos procesos.

En cierto modo y debido las exigencias del mercado, muchos de los procesos han tenido la necesidad de evolucionar, perfeccionarse y ponerse a la altura de un sistema competitivo de procesos de investigación. Pero si bien es cierto se puede perfeccionar y avanzar, no se puede dejar de lado el historial, el fondo o contexto del proceso, ya que es importante también que para perfeccionar un proceso se debe conocer de donde parte y que propone, para lo cual también es importante el registro de los mismos para su revisión y corrección.

Por otro lado están los sistemas de inducción y adiestramiento de personal, lo cuales son mucho más efectivos y eficientes si se realizan con documentación apropiada que guíe al personal en el correcto camino de aprendizaje.

1.3.1. Sistematización del problema

Frente a la coyuntura detallada en la problemática a estudiar, se puede determinar que la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., por su vasta trayectoria y experiencia en la realización de estudios de opinión para investigaciones políticas o sociales, se ve en la necesidad de identificar, mejorar y documentar sus procesos y procedimientos, logrando de esta manera el mejoramiento progresivo de la empresa. Situación por la cual es preciso realizar un manual de procesos para la empresa.

El proyecto se encuentra enfocado en mejorar la gestión del ciclo de encuestas para lo cual es necesario registrar, analizar y simplificar las actividades, generando acciones que favorezcan a las prácticas que lleven a la eficiencia y a la eficacia, eliminen el desperdicio de tiempo, esfuerzo y materiales y conduzcan a sostener una cultura de calidad. Poniendo de manifiesto que no bastan las normas, sino, que además, es

imprescindible el cambio de actitud en el conjunto de los trabajadores, en materia no solo de hacer las cosas bien, sino dentro de las prácticas definidas en la organización. Logrando de ésta manera que el cumplimiento de los tiempos y plazos sea el compromiso más serio de la empresa.

1.4.OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo General:

Crear e implementar un manual de procesos como mecanismo de afianzamiento del modelo gestión que permita optimizar el trabajo del recurso humano mediante el mejoramiento de técnicas y procedimientos en la empresa “Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.” encuestadora de opinión pública a nivel nacional.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Identificar las características operacionales de la empresa.
- Establecer los componentes y la lógica normativa del manual
- Documentar el funcionamiento interno en lo relativo a la descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- Diseñar el modelo de gestión a través un una manual de procesos.
- Operativizar el manejo y la aplicación del manual como sustento para la gestión organizacional.

1.5.DELIMITACIÓN DEL UNIVERSO DE LA INVESTIGACIÓN

En un manual de procesos se describen los elementos de todo proceso: objetivo, alcance, diagrama de flujo, actividades, responsables, documentos, proveedores, entradas, salidas, clientes, normas de operación e indicadores; así como la definición de los términos usados en esta empresa y la bitácora de registro de cambios. Por tal razón se ha delimitado la investigación, al proceso del Ciclo de la Encuesta.

1.6.JUSTIFICACIÓN

1.6.1. Importancia

Los procesos y los procedimientos de gestión, conforman uno de los elementos principales del Sistema de Control Interno; por lo cual, se deben plasmar en manuales prácticos que sirvan como mecanismo de consulta permanente, por parte de todos los trabajadores, permitiéndoles un mayor desarrollo en la búsqueda del mejoramiento continuo.

La funcionalidad de un Manual de Procesos, es permitir que todas las tareas y procedimientos por área vinculada, así como, la información relacionada, sea totalmente comprensible y de fácil acceso, logrando de esta manera que el trabajo realizado tanto grupal como individualmente puedan realizarse de manera dinámica y coordinada.

1.6.2. Trascendencia

Después de 4 años de trabajo en este tipo de mercado, y de la variedad en el trabajo realizado, debido a que la empresa siempre se ha enfrentado a todos aquellos nuevos retos y oportunidades que se han presentado. Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., ha evolucionado, creando nuevas estrategias de comunicación, mejorando su trabajo de investigación y ampliando su nicho de mercado.

Con toda la experiencia ganada en el tiempo y al crecimiento de la empresa debido a la seriedad de su trabajo y al cumplimiento de sus metas, es de gran importancia plasmar por primera vez, toda esta información en un manual de procesos que permita contribuir con el mejoramiento de los propios objetivos de la empresa.

De esta manera, se podrá empezar una cultura de registro de actividades con la finalidad de que este primer manual sirva como ejemplo para orientar y direccionar la elaboración de futuros manuales para el resto de procesos dentro de la empresa.

1.7. MARCO REFERENCIAL

1.7.1. Marco Teórico:

Toda organización que oriente sus esfuerzos a dar una respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios (clientes) de sus productos y servicios requiere identificar, mejorar y documentar sus procesos y procedimientos.

Las ventajas que se obtienen al crear un manual de procesos son entre otras:

- Uniformar y controlar el cumplimiento de las prácticas de trabajo.
- Evidenciar de manera detallada la descripción de las tareas específicas, en donde se realizan, que se requiere y quiénes son los responsables de que esas tareas se cumplan.
- Auxiliar en la inducción del puesto y en el adiestramiento y capacitación del personal.
- Ayudar a la coordinación de actividades y a evitar duplicidades.
- Apoyar el análisis y revisión de los procesos del sistema y emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos, delegación de autoridad, etc.
- Construir una base para el análisis del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procesos y métodos.
- Facilitar las labores de auditoría, la evaluación del control interno y su vigilancia.

Para que un Manual de Procesos sea útil, deberá de actualizarse por lo menos cada año o cuando se establezcan mejoras en los procesos.

1.7.1.1. ¿Qué es un manual?

Un manual es una recopilación en forma de texto, que recoge minuciosa y detalladamente las instrucciones que se deben seguir para realizar una determinada actividad, de una manera sencilla, para que sea fácil de entender, y permita al lector, desarrollar correctamente la actividad propuesta.

1.7.1.2. ¿Por qué es importante crear un manual de procesos?

El Manual de Procesos y Procedimientos documenta la experiencia, el conocimiento y las técnicas que se generan en un organismo; se considera que esta suma de experiencias y técnicas conforman la tecnología de la organización, misma que sirve de base para que siga creciendo y se desarrolle.

Quando se documenta la tecnología, se contribuye a enfocar los esfuerzos y la atención de los integrantes de una organización hacia la mejora de los sistemas de trabajo y su nivel de competitividad.

El Manual de Procesos de una organización es un documento que permite facilitar la adaptación de cada factor de la empresa tanto de planeación como de gestión, a los intereses primarios de la organización; algunas de las funciones básicas del manual de procesos son:

- El establecimiento de objetivos
- La definición y establecimiento de guías, procedimientos y normas.
- La evaluación del sistema de organización.
- Las limitaciones de autoridad y responsabilidad.
- Las normas de protección y utilización de recursos.
- La generación de recomendaciones.
- La creación de sistemas de información eficaces.
- La institución de métodos de control y evaluación de la gestión.
- El establecimiento de programas de inducción y capacitación de personal.

1.7.1.3. Gestión de Procesos

Tradicionalmente las estructuras organizativas se han desarrollado a partir de las técnicas de Taylor (s. XIX)², centradas en la definición y

² FREDERICK W. Taylor, *Principios de la administración científica* - La base de la organización piramidal administrativa-. 1911.

evaluación de los puestos de trabajo, enmarcados en un organigrama jerárquico.

Sin embargo, los modelos actuales de gestión (EFQM, ISO 9000)³ incluyen como requisito la gestión de los procesos. Dichos modelos consideran que todo el funcionamiento de la empresa debe entenderse como una red de procesos.

Con la gestión por procesos se intenta evitar un problema que puede aparecer en las empresas organizadas por departamentos funcionales, que la empresa se entienda y funcione como un conjunto de departamentos o funciones insuficientemente comunicados entre sí, en los que se tiende a perder la imagen clara y global de qué se está haciendo y para quien.

La gestión por procesos se centra en los distintos aspectos de cada proceso: qué se hace (*cuál es el proceso y quien es la persona o personas responsables*), para quién (*quiénes son los clientes externos o internos del proceso, es decir, sus destinatarios*) y cómo deben ser los resultados del proceso (*para adecuarse a las necesidades de los destinatarios*).

La gestión de procesos aporta una visión y unas herramientas con las que se puede mejorar y rediseñar el flujo de trabajo para hacerla más eficiente y adaptado a las necesidades de los clientes.

La metodología de gestión por procesos contribuye una forma estructurada de identificar los destinatarios de cada proceso, conocer sus expectativas, definir objetivos e indicadores (de calidad, coste, productividad, etc.) para el proceso y coordinar diferentes departamentos funcionales que intervengan en el proceso.

³ EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad) ISO (Organización de Estándar Internacional 9000:2000), *Modelos de gestión y calidad total*. 2004

1.7.1.4. Proceso

Un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado o salida).

Las actividades de cualquier organización pueden ser concebidas como integrantes de un proceso determinado. De esta manera, cuando un cliente entra en un comercio para efectuar una compra, cuando se solicita una línea telefónica, un certificado de empadronamiento, o la inscripción de una patente en el registro correspondiente, se están activando procesos cuyos resultados deberán ir encaminados a satisfacer una demanda.

Desde este punto de vista, una organización cualquiera puede ser considerada como un sistema de procesos, más o menos relacionados entre sí, en los que buena parte de los inputs serán generados por proveedores internos, y cuyos resultados irán frecuentemente dirigidos hacia clientes también internos.

Esta situación hará que el ámbito y alcance de los procesos no sea homogéneo, debiendo ser definido en cada caso cuando se aborda desde una de las distintas estrategias propias de la gestión de procesos. Quiere esto decir que, a veces, no es tan evidente dónde se inicia y dónde finaliza un proceso, siendo necesario establecer una delimitación a efectos operativos, de dirección y control del proceso.

Un proceso puede ser realizado por una sola persona, o dentro de un mismo departamento. Sin embargo, los más complejos fluyen en la organización a través de diferentes áreas funcionales y departamentos, que se implican en aquél, en mayor o menor medida.

El hecho de que en un proceso intervengan distintos departamentos dificulta su control y gestión, diluyendo la responsabilidad que esos departamentos tienen sobre el mismo. En una palabra, cada área se responsabilizará del conjunto de actividades que desarrolla, pero la

responsabilidad y compromiso con la totalidad del proceso tenderá a no ser tomada por nadie en concreto.

Evidentemente, la organización funcional no va a ser eliminada. Una organización posee como característica básica precisamente la división y especialización del trabajo, así como la coordinación de sus diferentes actividades, pero una visión de la misma, centrada en sus procesos permite el mejor desenvolvimiento de los mismos, así como la posibilidad de centrarse en los receptores de los outputs de dichos procesos, es decir en los clientes. Por ello, tal vez la gestión por procesos es un elemento clave en la Gestión de la Calidad.

1.7.2. Marco Conceptual:

1.7.2.1. Gestión

Del latín *gestiō*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y al efecto de gestionar o de administrar. Gestionar es realizar diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera.

1.7.2.2. Gestionar

Es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos, implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener

1.7.2.3. La gestión por procesos

(Business Process Management) es por tanto, una forma de organización diferente de la clásica organización funcional, en el que prima la visión del cliente sobre las actividades de la organización. Los procesos así definidos son gestionados de modo estructurado y sobre su mejora se basa la de la propia organización.

1.7.2.4. Gestión de Proyectos

Es la disciplina de organizar y administrar recursos de manera tal que se pueda culminar todo el trabajo requerido en el proyecto dentro del

alcance, el tiempo, y costo definidos. Un proyecto es un esfuerzo temporal, único y progresivo, emprendido para crear un producto o un servicio también único.

1.7.2.5. Estados de los procesos

Un proceso puede estar en cualquiera de los siguientes tres estados: listo, en ejecución y bloqueado.

Los procesos en el estado listo son los que pueden pasar a estado de ejecución si el planificador los selecciona. Los procesos en el estado ejecución son los que se están ejecutando en el procesador en ese momento dado. Los procesos que se encuentran en estado bloqueado están esperando la respuesta de algún otro proceso para poder continuar con su ejecución. Por ejemplo operación de entrada - salida.

1.7.2.6. Organización

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.

En otras palabras, una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

Cabe destacar que una organización sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos.

1.8. HIPÓTESIS

La realización de un manual de procesos permitirá a la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., optimizar sus recursos, ejecutar un trabajo eficiente de manera dinámica y controlada, y contar con información comprensible y de fácil acceso. A la vez que este manual sustentará la lógica administrativa de la organización.

1.8.1. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

1.8.1.1. Dependiente

Elaboración de un manual de procesos.

1.8.1.2. Independiente

Optimizar recursos, ejecutar un trabajo eficiente de manera dinámica y controlada, y tener información comprensible y de fácil acceso.

1.9. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El presente trabajo se centra en la necesidad de elaborar un manual de procesos para la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., partiendo de cero al ser el primer manual de proceso realizado en la empresa, por tanto, la metodología a ser utilizada será la metodología inductiva.

Para tal, se utilizará la observación directa refiriéndose a los hechos evidentes del trabajo realizado en la empresa, llevando un registro detallado de los mismos.

A continuación se procederá al análisis de lo observado, estableciéndose como consecuencia definiciones claras de cada uno de los conceptos analizados.

Luego de haber realizado la observación directa con la información arrojada, procederemos a ejecutar una investigación documental que nos va determinar las teorías que se deberán aplicar para llegar a obtener en forma eficiente de la elaboración de un manual de procesos.

Finalmente se establecerá la formulación de proposiciones que ayuden a evaluar y elaborar un manual de procesos, para determinar su aplicabilidad y si requiere de algún cambio en la estructura del estudio específico.

1.10. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

1.10.1. Primaria.

- Información de la empresa
- Base de datos
- Archivo histórico
- Archivo administrativo
- Internet

1.10.2. Secundaria

- Libros
- Personal de la empresa
- Especialistas

2. CAPITULO II

2.1. DIAGNÓSTICO MACRO

2.1.1 Caracterización de la Empresa

La firma “Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.”, fue constituida el 28 de febrero de 2008 según resolución 08.Q.IJ.618 del departamento jurídico de compañías⁴ y bajo el número 0556 del registro mercantil⁵, y de acuerdo al Estatuto social, realiza servicios de consultoría en estudios cualitativos y cuantitativos relativos a problemáticas sociales, económicas, políticas, entre otras, y ha desarrollado enfoques y metodologías adaptados a la realidad cultural y social del Ecuador contemporáneo.

Cuenta con un equipo técnico multidisciplinario, en áreas de especialidad como: Antropología, Sociología, Gestión de proyectos, Comunicación, Estadística e Informática⁶. Asimismo, la consultora posee una amplia

⁴ Superintendencia de Compañías, Resolución No 08.Q.IJ.000618, Exp Reserva 7171496

⁵ Registro mercantil del cantón Quito, No 0556 , Tomo 139, Repertorio No 008385

⁶ Archivo y Registro de contratos, Departamento Administrativo.

infraestructura y equipo de campo a nivel nacional que permiten garantizar el levantamiento de la información requerida, con alto grado de profesionalidad, eficiencia y solvencia, proporcionando resultados veraces y verificables. De igual forma, cuenta con un equipo de coordinadores de campo y encuestadores a nivel nacional que le permite tener cobertura en las 24 provincias del país, a nivel urbano y rural; y con un equipo de digitación de datos estadísticos.

En el ámbito de estudios de carácter cuantitativo, tiene una vasta experiencia en levantamiento de datos, procesamiento y análisis estadístico de datos, a través de la aplicación de herramientas como la encuesta, tanto de la población del país como con actores institucionales públicos, privados o de la sociedad civil. Estos estudios se han orientado al establecimiento de un diagnóstico, evaluación y/o seguimiento del conocimiento, opiniones y percepciones sobre instituciones, proyectos, programas o problemáticas específicas en el área política, social, comunicacional entre otras.

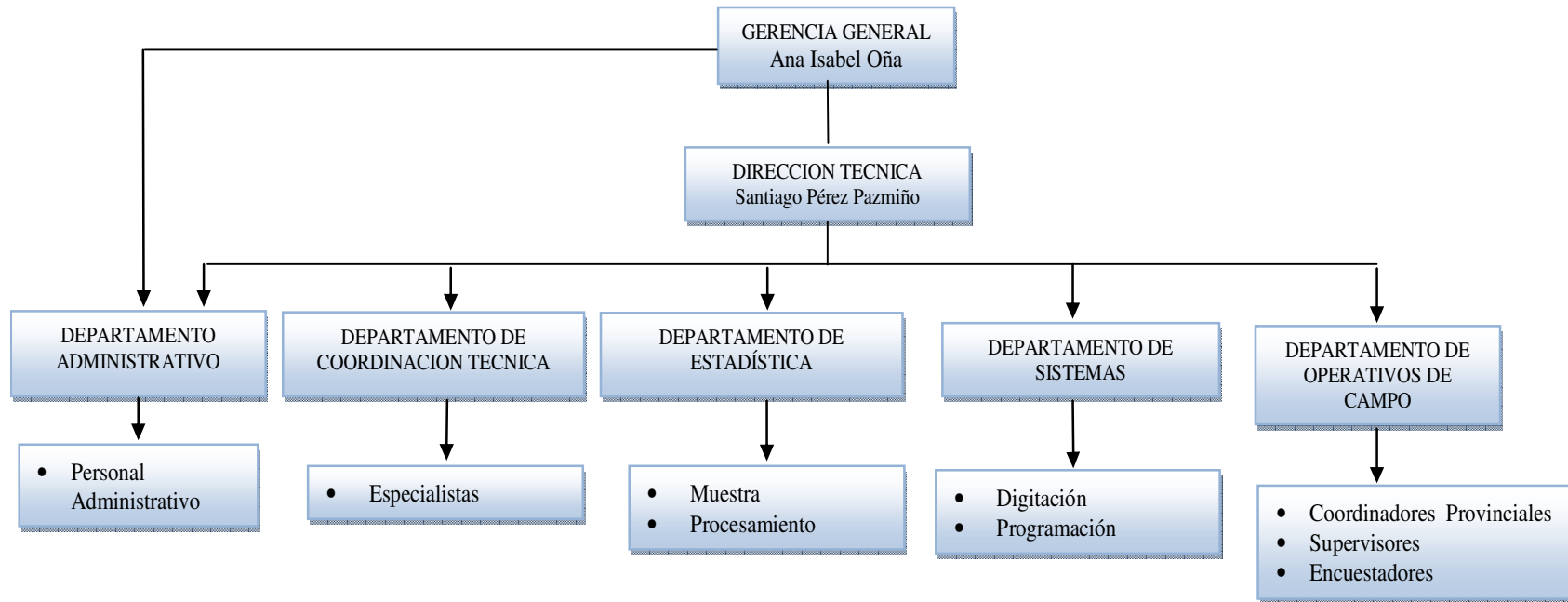
En cuanto al ámbito de estudios cualitativos, gracias a un grupo multidisciplinario de trabajo, la empresa también cuenta con personal especializado en la facilitación de grupos focales, entrevistas a profundidad, observación, entre otras metodologías de aplicación.

2.1.1.1. Organización

La organización de la empresa tiene una estructura vertical con un mando superior principal (gerencia general) y un mando medio (dirección), luego de lo cual se divide horizontalmente en departamentos con un mismo nivel jerárquico⁷.

⁷ Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda. *Constitución de la Compañía*

Ilustración 1: Organigrama estructural S.P. Investigación y Estudios



Elaborado por: Departamento de coordinación técnica/ aprobado por gerencia general
Fuente: Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.

A la cabeza de la organización se encuentra Ana Isabel Oña quien es la gerente general de la empresa, luego de lo cual está el director general de proyectos a cargo de Santiago Pérez quien es el principal responsable de todos los proyectos de investigación que realiza la empresa apoyado en los siguientes subniveles estructurales; empezando con el departamento administrativo encargado del inicio de los procesos mediante las contrataciones, el departamento de campo encargado del levantamiento de la información, el departamento de sistemas encargado de la digitación y soporte de software, el departamento estadístico encargado de la elaboración de muestras estadísticas y procesamiento de los datos y principalmente en la dirección técnica en donde se encuentra en personal técnico y donde recae la coordinación de los proyectos y programas de investigación.

a. Gerencia General:

La gerencia general es la cabeza principal de la organización y la encargada de conducir a la empresa y dar las directrices de mando.

Al ser una empresa constituida como compañía limitada, no tiene sociedad de participación ni de acciones⁸, por lo que las decisiones generales son tomadas principalmente por la gerencia general y en ocasiones y para temas específicos se tratan en conjunto con la dirección técnica.

En la gerencia general recaen responsabilidades de negociación, contratación, mediación, comunicación, planificación, organización y gestión del recurso humano. Es la cara principal de la empresa y la responsable directa del accionar de la organización.

⁸ Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda. *Escritura de Cesación de Participaciones*

Por su carácter participativo dentro de la institución tiene una correlación directa con el departamento administrativo financiero en donde maneja la mayoría de temas contractuales y de recursos humanos⁹, y que necesitan de su aprobación para ser procesados.

b. Dirección técnica:

La empresa tiene un enfoque general de trabajo basado en la investigación social y política usando herramientas y metodologías técnicas de investigación, para lo cual se creó una dirección técnica cuya responsabilidad principal es la de dirigir al equipo técnico de investigación.

Esta dirección está a cargo de una sola persona apoyada en un equipo técnico multidisciplinario. La dirección técnica es la encargada de organizar, planificar y dirigir los distintos proyectos y programas de investigación de la empresa, para lo cual tendrá contacto directo con todos los departamentos de la institución debido a que cada uno de ellos forman parte del proceso general de elaboración de proyectos.

Todos los proyectos que ingresan en la institución deben ser previamente aprobados por esta dirección antes de su contratación y al final de cada proyecto deben pasar por un filtro de supervisión para la entrega del producto final del estudio de investigación del proyecto.

c. Departamento administrativo:

Como se mencionó anteriormente, en este departamento se manejan todos los temas contractuales de la empresa. Es el encargado de toda el área de recursos humanos y el área financiera.

⁹ Actas de estructuración de actividades, Departamento Administrativo Financiero. 2009

Entre sus responsabilidades directas como departamento administrativo está: llevar las cuentas de activos, recuperación de cartera, cuentas por cobrar, pólizas, pagos, contratos; deben revisar el proceso de contratación de nuestro servicio por cualquiera de los medios que disponga el tipo de proyecto y el tipo de cliente; responsabilidad sobre el recurso humano, autorizaciones, permisos, entre otros¹⁰.

En el departamento administrativo laboran cinco personas, el Gerente Administrativo y Financiero, un contador, un tesorero y una asistente contable.

d. Departamento de coordinación técnica

En este departamento se coordinan todos los programas y proyectos de investigación, los mismos que están a cargo de varios técnicos con especialización en estudios sociales, políticos y de investigación.

Los proyectos son asignados a un técnico diferente según su especialización y experiencia, pero en su mayoría son tratados con una coordinación general y en equipo.

Cada técnico estará a cargo de sus proyectos y de todo el proceso que estos impliquen, por lo que tendrán también un contacto directo con el resto de departamentos.

Las responsabilidades directas de este departamento recaen sobre la elaboración y desarrollo de todo el proyecto, desde su inicio hasta el término del mismo, para esto se encargará de la elaboración de propuestas técnicas para la realización de proyectos, cronogramas, desarrollo de metodologías, elaboración de formularios, capacitaciones de aplicación, supervisión,

¹⁰ Actas de estructuración y procedimientos, Departamento Administrativo Financiero. 2009

seguimiento, depuración y codificación de base de datos, presentación de datos estadísticos y elaboración de informes¹¹.

En este departamento laboran cuatro personas, un coordinador general de proyectos y tres coordinadores técnicos de proyectos. Cada coordinador técnico estará a cargo de sus proyectos específicos, mientras que el coordinador general a parte de tener proyectos a su cargo supervisará también los proyectos de los coordinadores técnicos.

e. Departamento estadístico

Este departamento funciona coordinadamente con el departamento técnico en virtud de que aquí se desarrollan las muestras estadísticas para la aplicación de encuestas.

Las muestras estadísticas se elaborarán en función del requerimiento de cada estudio en particular y del universo de aplicación en donde estas se desarrollen. Las muestras serán detalladas y solicitadas por parte del departamento técnico, por tanto, será el principal vínculo de comunicación para la realización de su trabajo.

Una vez detallada la información para la elaboración de la muestra, la cual contendrá: el objetivo general del estudio, el universo del estudio, el número de casos estimado y los dominios de aplicación, es decir los lugares de mayor representación muestral se elaborará una muestra piloto que será revisada por el departamento de operativos de campo, el cual validará la muestra, utilizando parámetros de aplicabilidad en base la experiencia de trabajo de campo como también técnicas de procedimiento que determinarán

¹¹ Actas de estructuración de actividades, Departamento Administrativo Financiero. 2009

si en algún lugar o zona de la muestra es factible realizar el trabajo o no.

En el departamento estadístico es en donde se procesan los datos recolectados del trabajo de campo, que previamente fueron digitados y almacenados en una base de datos y que finalmente resultan en tablas estadísticas de análisis de datos con combinaciones multivariadas¹².

Es departamento es coordinado y dirigido por una sola persona, quien es un matemático estadístico profesional a cargo de la elaboración de la muestra y procesamiento de los datos.

f. Departamento de sistemas

El departamento de sistemas se encarga de la revisión, reparación, y mantenimiento de todos los instrumentos y herramientas informáticas y tecnológicas de la empresa, así como también de la programación e instalación de software y programas que sirvan para la realización del trabajo¹³.

A su vez, también está al mando del área de digitación, en donde se digitaliza la información levantada en el trabajo de campo, de tal manera que toda esta información es almacenada en una base de datos para posteriormente ser procesada y tabulada en el departamento estadístico.

Este departamento está a cargo del jefe de sistemas acompañado de un asistente técnico en sistemas, bajo su supervisión se encuentran los digitadores cuyo número fluctúa en base al número de casos (encuestas) que deben ser digitados; por lo general son 5 personas.

¹² Actas de estructuración de actividades, Departamento Administrativo Financiero. 2009

¹³ Actas de estructuración de actividades, Departamento Administrativo Financiero. 2009

g. Departamento de operativos de campo

La base central y el motor de trabajo de esta empresa se desarrolla en este departamento, ya que es aquí en donde se coordina y gestiona el trabajo de levantamiento de la información en el campo, ya sea mediante encuestas, entrevistas o grupos focales, y con el que tienen contacto directo el equipo nacional de encuestadores y entrevistadores

Los departamentos técnico y estadístico tienen que trabajar coordinadamente con este departamento para elaborar un cronograma de trabajo y gestionar la logística del levantamiento de la información.

En este departamento se programa el trabajo de campo en todo el país, coordinando directamente con los distintos coordinadores y supervisores provinciales para la ejecución de cualquiera sea el trabajo de investigación, para lo cual se cuenta también con equipos especializados para las diferentes necesidades y demandas que requiera un estudio en particular¹⁴.

Para el trabajo específico de encuestas, el cual es el de mayor envergadura para la empresa, la misma cuenta con un equipo de encuestadores apostados en las principales provincias del país, con el que se trabaja constantemente y es capacitado para cada estudio de investigación por sus supervisores los cuales a su vez son instruidos por el departamento de operativo de campo.

El departamento de operativos de campo esta bajo el mando de un coordinador nacional de campo, quien se encarga de la logística de trabajo en todo el país.

¹⁴ Actas de estructuración de actividades, Departamento Administrativo Financiero. 2009.

En dependencia del tipo de estudio que se realice, cuentan con el número de personas específico para cada trabajo en base al número de encuestas que se realicen, pero de todas maneras existe un coordinador ubicado estratégicamente en las principales provincias de la costa y sierra del Ecuador y serán responsables de entre una y dos provincias, dependiendo si el estudio y/o la muestra requiere que se realicen encuestas en las provincias a su cargo¹⁵.

El número de coordinadores por provincia dependerá de la densidad poblacional de cada provincia y la dispersión geográfica de área territorial. De todas maneras es importante mencionar que no siempre las encuestas se realizan en todo el país, contando de esta manera con el apoyo de los coordinadores que se encuentren libres para el apoyo de trabajo.

Tabla 1: Distribución supervisores de campo

N° Coord	Provincia
1	Azuay
	Cañar
1	Carchi
	Imbabura
1	Esmeraldas
	Santo Domingo
1	Los Ríos
1	Guayas
1	Santa Elena
1	El Oro
1	Manabí
1	Loja
1	Bolívar
	Chimborazo
1	Cotopaxi
	Tungurahua
2	Pichincha

Elaborado por: Ana Oña

Fuente: Departamento de operativos de campo

¹⁵ Ibíd.

Cada coordinador tiene a su cargo un número de encuestadores de entre 5 y 15 encuestadores que dependerá, como se dijo antes, de la densidad y área geográfica de las provincias.

Para el caso de las encuestas en la amazonía ecuatoriana, se cuenta con la colaboración de los coordinadores de la sierra que limitan con estas provincias. De igual manera se cuenta con una base de datos de trabajadores con los que ya se ha trabajado anteriormente, para tener una cobertura total del país.

Ilustración 2: Estructura de trabajo



2.1.2 Programas y proyectos

S.P. Investigación y estudios subdivide sus estudios en varias ramas de investigación, según las necesidades del cliente. Estos subniveles de investigación son: Política y Elecciones, Estudios Sociales y Políticas Públicas y finalmente Mercado y Responsabilidad Social Empresarial (ver ilustración 2).

2.1.2.1. Política y Elecciones:

2.1.2.1.1. Análisis de situación

Los principales programas y proyectos sobre políticas y/o elecciones en los que han trabajado son los siguientes:

- Presidencia
- Asamblea Nacional
- Programa Azuay
- Programa Pichincha
- Programa Quito
- Exitpoll (presidencial, asamblea nacional, consultas populares, elecciones primarias)
- Movimiento municipalista
- Otros, independientes
- Elecciones presidenciales 2da vuelta 2006
- Consulta popular instalación asamblea constituyente abril 2007
- Elección asambleístas septiembre 2007
- Referéndum Nueva Constitución septiembre 2008
- Elecciones generales abril 2009
- Elección parlamentarios y juntas parroquiales junio 2009

La metodología usada para la realización de estos programas o proyectos es:

- Estudios cuantitativos mediante encuestas de opinión
- Estudios cuantitativos mediante boca de urna
- Estudios cualitativos mediante grupos focales

2.1.2.1.2. Diagnóstico de la situación

Los programas; presidencia, asamblea nacional, Azuay y Pichincha, son parte del programa Opinión Pública Ecuador (OPE), para los cuales se realizan encuestas quincenales de manera planificada y coordinada con cada programa, de modo que puedan ser monitoreados en el tiempo para su respectivo seguimiento al respecto de la temática puntual de cada uno de los programas.

Para el seguimiento de los programas, se realizan encuestas nacionales-locales quincenales, mediante el programa OPE, el mismo que será detallado de mejor manera más adelante. Para esto se realizan estimaciones muestrales del número de encuestas a realizarse para cada quincena, con la finalidad de obtener una representación real del universo muestral. Las encuestas nacionales - locales ENAC-LOC incluyen de manera mensual a los programas Azuay y Pichincha, mientras que los programas presidencia y asamblea nacional tienen una continuidad quincenal.

S.P. Investigación y Estudios cuenta con una página web “world wide web (red mundial global) www.sp-estudios.com en la cual cada una de las partes contratantes y de su equipo de trabajo, llamados suscriptores, tienen acceso a todos los insumos necesarios resultantes del levantamiento de la información y de su análisis¹⁶.

Nuevos suscriptores nacionales y locales pueden ser incorporados puesto que el diseño en sí lo permite.

¹⁶ www.sp-estudios.com

Los temas tratados dentro de cada ENAC-LOC se manejan también de manera alternada por módulos, de modo que la información recopilada en el campo pueda dar datos de seguimiento y proporcione la información necesaria para ser monitoreada en el tiempo, o dé cuenta de la coyuntura presente al momento de recoger la información.

Los módulos con los que se trabajan en cada encuesta son las siguientes¹⁷:

- Variables de caracterización de la población: Esta sección se divide en dos partes; las variables geográficas como, región, provincia, cantón, parroquia y zona; y las variables sociodemográficas como, sexo, grupo de edad, nivel de educación, nivel socioeconómico, autoidentificación étnica, y recepción del BDH.
- Sección fija: estas variables tienen continuidad en cada una de las encuestas alternando de manera programada el enfoque de la pregunta, por la temática a ser tratada, la institución a ser calificada, o el personaje a ser evaluado. Las variables de la sección fija son, estado de ánimo y problemas, satisfacción de servicios básicos, calificación institucional, identidad e imagen y medios de comunicación.
- Módulos específicos: en esta sección se busca indagar a profundidad los temas de interés para cada una de las partes contratantes, los cuales pueden ser de seguimiento o de carácter coyuntural.

2.1.2.1.3. Modo de contratación

Para que la contratación sea efectiva se debe subir el contrato al portal de compras públicas, a excepción de que se trate de un contrato de régimen especial; el cual se define como información confidencial, por esta razón solo debe subirse al portal la adjudicación del contrato y el cumplimiento del mismo.

¹⁷ Santiago Pérez Investigación y Estudios, *Diseño del formulario*, Memoria taller de planificación de encuestas. 18 de septiembre de 2008

Existen tres tipos de contratación por medio del portal¹⁸:

- Contratación directa, nadie compite por el contrato ya que este depende de una invitación. Para esto se debe adjuntar la invitación, la propuesta y las hojas de vida. Una vez subida la información al portal se adjudica la contratación y empieza la parte legal. Existen pólizas de dos tipos, de fiel cumplimiento del contrato y de buen uso del anticipo del contrato. Realizada el acta entrega recepción, el trabajo está cumplido. Se debe cumplir con el tiempo de cancelación de montos y pedir una carta de invitación o compromiso de trabajo.
- Lista corta: Invitaciones de 3 a 5 empresas diferentes en la cual se entra a competir por calificación. Esta calificación depende de la hoja de vida de la empresa, la experiencia, la calidad de trabajo, los tipos de estudio que se hayan realizado y de la propuesta económica. La calificación depende de una puntuación y si se tiene menos de 75 puntos la empresa queda descalificada. S.P. Investigación y Estudios ha ganado sus contrataciones con hasta 99 puntos. El monto de contratación no puede superar el 0.02% del presupuesto general del estado.
- Concurso público: Invitación abierta a contratación. Compite todo los que quieran competir, pero como mínimo 65 empresas

El propósito de este tipo de estudios es mejorar la calidad de la conexión comunicacional entre líderes, gobernantes e instituciones con los ciudadanos.

2.1.2.2. Estudios Sociales para la Política Pública:

2.1.2.2.1. Análisis de situación

¹⁸Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública R.O. 395 - 04/08/2008

Los principales programas y proyectos sobre estudios sociales y políticas públicas en los que se ha trabajado son los siguientes:

- Ministerio de Cultura
- Ministerio de Salud Pública
- Aliméntate Ecuador
- Censo Penitenciario Nacional
- PAS
- PPS
- Derechos Humanos
- MIES
- Gestión de Riesgos
- Telesecundaria
- CONAMU
- Registro laboral gente con discapacidad
- FAO
- Secretaría de Pueblos

2.1.2.2.2. Diagnóstico de la situación

Cada proceso requiere un desarrollo metodológico específico, adaptando las herramientas a las demandas culturales y sociales específicas de cada estudio.

2.1.2.2.2.1. Metodología cualitativa

- Grupos focales: Para la aplicación de grupos focales se reclutará un grupo de personas que en dependencia de la temática, requerimientos y necesidades del estudio cumplirán con ciertas especificidades de reclutamiento y filtro de selección como por ejemplo, mujeres madres de familia, o jóvenes estudiantes secundarios, hombres mayores de 65 años jubilados, etc. La aplicación de estos grupos estará a cargo de una

persona especialista en su desarrollo y con conocimiento de la dinámica o didáctica requerida, y tendrá un mínimo de 8 participantes por grupo los mismos que pasarán un filtro de selección.

- Mapeo de actores: Se identificará a los actores principales relacionados con el estudio y los requerimientos del mismo, para luego realizar una serie de entrevistas, encuestas o grupos de participación con los que se desarrollará permanentemente un sistema feed back (retroalimentación) de información.
- Entrevistas: Mediante una guía estructurada y corta de preguntas específicas se desarrollaran entrevistas a personajes, lideres locales o políticos, entre otros, con lo cual se obtendrá información cualitativa más detallada de lo que el estudio requiera logrando sea representativo en el ámbito en el que se desarrolla.
- Observación participante: Esta metodología tiene la misma funcionalidad que un grupo focal teniendo el facilitador mayor participación en el grupo de observación. Esta técnica de observación comparte con los investigados su contexto, experiencia y vida cotidiana, para conocer directamente toda la información que poseen los sujetos de estudio sobre su propia realidad, o sea, conocer la vida cotidiana de un grupo desde el interior del mismo.

2.1.2.2.2.2. Metodología cuantitativa

- Encuestas

El objetivo de este tipo de estudios es que, los mismos, deben ser un apoyo al proceso de cambio mediante un análisis completo sobre la situación y necesidades de cada temática investigada.

Los estudios sociales y de políticas públicas tienen la característica de enfocar temas mucho más puntuales, se encuentran muy bien focalizados y detallan

problemáticas específicas. Por tanto este tipo de estudios requieren de un tratamiento especial por su particularidad, por ejemplo no podrán formar parte de una encuesta ómnibus como en el programa de las encuestas nacionales y locales que serán descritas más adelante y serán tratados singularmente.

2.1.2.3. Mercado y Responsabilidad Social Empresarial:

2.1.2.3.1. Análisis de situación

En estudios de medios de comunicación se encuentra realizando un proyecto con proyección anual vinculado al desarrollo de la encuesta Nacional y Local Enac-Loc, con los canales públicos. Además que iniciaron estudios con el Telégrafo, la una parte vinculada al desarrollo de instrumentos e ingreso de información, y lo segundo relacionado con el estudio de lectoría con proyección anual, elementos que son incorporados a la Encuesta nacional y local.

- Seguimiento de las preferencias en el consumo de medios de comunicación, especialmente en la Enac-Loc, de lo cual se quiere desarrollar el análisis de la credibilidad de los mismos.
- Se han desarrollado proyectos vinculados al área social como el análisis de campañas comunicacionales como el caso del Aliméntate Ecuador y la Vicepresidencia. A esto también se puede sumar el estudio de influenza para OPS-MSP (Ministerio de Salud Pública)
- Se han realizado otros estudios con anterioridad para la Asamblea Nacional y el Telégrafo de cuñas o pautas publicitarias.

2.1.2.3.2. Diagnóstico de la situación

A nivel cualitativo se han desarrollado grupos focales, en los cuales se han evaluado piezas comunicacionales, cuya importancia ha mejorado este

instrumento. En pocos casos se han aplicado encuesta y se ha realizado observación participante.

A nivel cuantitativo (encuestas) se han desarrollado módulos que se han ido unificando parcialmente pero necesitan una mayor definición sobre todo de cara a los proyectos anuales.

A nivel de desarrollo de productos iniciaron el reto de establecer el boletín para los medios públicos que pueda ser claro, concreto y que pueda dar información al resto de la población.

Se han establecido pasos iniciales para lo que sería el tratamiento de utilización de información cuantitativo en medios de comunicación, pero también para una reflexión sobre los medios de comunicación a través de las encuestas.

Finalmente, se ha incluido el desarrollo del sistema de ingreso de información, desarrollo de instrumentos y administración de base de datos para medios escritos.

Esta área se identifica como en mayor nivel de crecimiento e innovación metodológica. A nivel cuantitativo a más de la aplicación de las encuestas en hogares se ha planteado la incorporación de la encuesta vía telefónica para un futuro inmediato.

El área de marketing social y medios de comunicación supone un enfoque y metodología que tenga como principio la priorización del bienestar de la población en relación a la gestión de medios de comunicación o del desarrollo y ejecución de determinados servicios o productos. En este sentido las investigaciones de diagnóstico y evaluación debe ser sensible a la realidad de la población con la que se trabaja y sobre todo dar cuenta de sus necesidades y evidenciar de forma técnica y transparente los resultados de los estudios a la entidad contratante y procurar la devolución de los resultados al público.

2.1.3 Historia Laboral

La empresa ha realizado varios estudios relativos a la evaluación de programas en el área social en temáticas de educación, protección social, salud y vivienda, entre los estudios más emblemáticos se encuentran los siguientes:

- Estudio para la determinación del grado de satisfacción de los usuarios de los servicios que presta el Ministerio de Salud Pública (concluido en junio de 2009); que se realizó en las regiones Costa, Sierra y Amazonía. En este proceso la empresa estableció una metodología cualitativa y cuantitativa que permitiera indagar sobre la satisfacción de los usuarios internos y externos de los servicios del Ministerio de Salud Pública, a través de sus opiniones, percepciones y usos de los servicios a los que tienen acceso
- Estudio nacional de satisfacción de los programas sociales con enfoque de derechos, cuyo fin era obtener información estratégica, objetiva y técnica, que permitirá mejorar y fortalecer las políticas sociales, los servicios y la gestión del Ministerio de Inclusión Económica y Social - MIES, promoviendo una reflexión política en torno a la ejecución de los programas sociales sobre el nivel de participación y conocimiento de los derechos ciudadanos.
- Estudio de opinión para la determinación de necesidades y demandas de los clientes directos e indirectos de la vivienda de interés social para el Banco Ecuatoriano de la Vivienda - BEV, donde se proporcionó información estratégica para el desarrollo de las acciones de esta entidad, especialmente en el ámbito de su gestión y comunicación, desde la profundización en: las percepciones y prácticas de la población ecuatoriana en torno a la vivienda, como espacio habitacional y de interacción social; y las propuestas y necesidades de los clientes directos del Banco Ecuatoriano, involucrados en la construcción, promoción y comercialización de proyectos de vivienda. Para lo cual se aplicó una

metodología cualitativa y cuantitativa, utilizando herramientas como entrevistas, encuesta y grupos focales.

- Estudio para el “Levantamiento de información para elaboración de un Estudio Estadístico Demográfico en todos los CRS a nivel Nacional” (realizado en el año 2008) para la Unidad Transitoria de Gestión de Defensoría Pública Penal del Ministerio de Justicia.
- En el ámbito de la educación, cabe desatacar el estudio cuantitativo y cualitativo acerca de las cifras nacionales de analfabetismo; exploración de hipótesis para el mejoramiento de la política pública, donde se examinaron y sometieron a verificación las evidencias acerca del estado actual de analfabetismo en el Ecuador para el año 2009.
- El estudio para la determinación del grado de satisfacción de los usuarios de las obras de la Dirección Nacional de Servicios Educativos - DINSE durante el período 2007-2009, que se realizó en las regiones Costa, Sierra y Amazonía. En este proceso la empresa estableció una metodología cualitativa y cuantitativa que permitiera recoger las opiniones, percepciones y/o usos de los servicios de maestros y maestras, estudiantes, padres y madres, trabajadores que participaron en las intervenciones, y también a funcionarios y trabajadores de la DINSE a nivel nacional.
- Evaluación externa cualitativa y cuantitativa de la incidencia del programa Aliméntate Ecuador en los beneficiarios, que buscó determinar los alcances del Programa Aliméntate Ecuador (concluido en junio de 2009), en materia de protección, a través de la entrega de aportes alimenticios, y de formación a beneficiarios directos e indirectos a través de las capacitaciones, encuentros comunitarios, ferias del buen vivir y la campaña nacional “Alimentos de verdad”. Esta incidencia se midió en base a tres ejes

- Establecer el impacto del programa en la vida de los participantes, partiendo del hecho que el programa busca generar un proceso de movilidad social, en favor de la alimentación saludable y la soberanía alimentaria a través de los procesos de formación, procesos organizativos comunitarios y la difusión de información.
 - Medir la sostenibilidad del programa, lo que supone un grado de apropiación por parte de los beneficiarios del programa.
 - Evaluar en qué medida hubo un cambio de la percepción del programa por parte de los participantes.
- ITABSA: Estudio cuantitativo para la identificación de actitudes, prácticas, percepciones y conocimientos de la población frente al consumo del cigarrillo y sus regulaciones en el Ecuador.
 - Ministerio Coordinador de la Producción del Ecuador: Estudio cualitativo y cuantitativo para determinar el nivel de conocimiento, percepciones y posicionamiento de la población frente al código orgánico de la producción, comercio e inversiones.

Por otro lado, un gran bagaje de los estudios que realiza la firma encuestadora está relacionado con programas y proyectos de carácter políticos y comunicacionales, entre los cuales destacan los siguientes:

- Secretaría General de la Administración Pública: Sondeos de opinión para la formulación de estrategia de comunicaciones y de información orientada a generar criterios de comunicación, imagen y publicidad comunicacional.
- Asamblea Nacional: Estudio para seguimiento de la opinión pública sobre la percepción de la ciudadanía respecto de las actividades que desarrolla la asamblea nacional en el área legislativa y de fiscalización.
- Programa Azuay: Estudios de Investigación y elaboración de estrategias a nivel cantonal, provincial y regional sobre las percepciones y

conocimiento de la ciudadanía con respecto al accionar del Gobierno Provincial del Azuay.

- Programa Pichincha: Estudios de Investigación y elaboración de estrategias a nivel cantonal, provincial y regional sobre las percepciones y conocimiento de la ciudadanía con respecto al accionar del Gobierno Provincial del Pichincha.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito: Estudio cuantitativo y cualitativo de opinión pública para apoyar al diseño y evaluación de estrategias de comunicación del MDMQ.

Todos los estudios antes mencionados son caracterizados por su continuidad temporal y capacidad logística para el levantamiento de la información, así como también por la importancia de sus resultados, pero de todas maneras la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios ha realizado mucho más trabajos que estos los cuales se podrán ver en el anexo 1

2.1.4 Desarrollo de actividades

2.1.4.1. OPE (Opinión Pública Ecuador)

El programa Opinión Pública Ecuador se trata de un sistema permanente de estudios sociales y políticos, la parte central del programa es la encuesta nacional y local que se realiza quincenalmente, sustentada en un muestreo estadístico con la mayor precisión y representatividad. Es llevada a cabo por equipos profesionales multidisciplinarios, con supervisores y encuestadores que poseen excelente capacitación y conocimiento del territorio nacional.

Las encuestas nacionales y locales (Enac-loc) que se realizan quincenalmente bajo la premisa de una herramienta cuantitativa de seguimiento, funcionan a manera de una encuesta ómnibus, lo que quiere decir que esta encuesta abarca varios temas dentro de una misma encuesta, es decir, no sólo abordan

una sola temática de investigación sino que tiene la cualidad, por su metodología de aplicación, de abarcar muchos temas de intereses semejantes o diversos, con lo cual se puede trabajar a la vez con varios enfoques determinantes en la encuesta, lo que quiere decir que esta encuesta ómnibus puede llevar varios temas de investigación para diferentes propósitos.

2.1.4.1.1. Ficha Técnica del Programa¹⁹

La ficha técnica variará para cada estudio, pero en el programa de encuestas permanentes se usan los siguientes datos:

- Tipo de muestreo: aleatorio simple, con probabilidad de elección proporcional al tamaño de la población
- Población: Ciudadanos mayores de 16 años con capacidad de votar
- Unidad muestral: Cada uno de los ciudadanos mayores de 16 años
- Marco muestral: Censo de Población y Vivienda 2010, padrón electoral 2011

Debido a que dentro de este programa de encuestas se usan baterías de preguntas políticas, se realizan encuestas a personas mayores de 16 años, que es la edad en la que actualmente tienen la facultad de votar y elegir

2.1.4.1.2. Módulos temáticos que abordan los formularios²⁰

- Localización territorial: Provincia, cantón, parroquia, zona, (según INEC)barrio y sector

¹⁹ Santiago Pérez investigación y estudios, *Aspectos Metodológicos*, Memoria taller de planificación de encuestas. 18 de septiembre de 2008

²⁰ Santiago Pérez investigación y estudios, *Diseño del Formulario*,

- Identificación socio-económica: Género, edad, nivel de educación, nivel socioeconómico, autoidentificación étnica y recepción del bono de desarrollo humano (BDH).
- Sección fija: Estado de ánimo de la población, confianza institucional, calificación de las autoridades, medios de comunicación, satisfacción de servicios públicos, identidad e imagen de personajes.
- Módulos: política, economía, sociedad, internacional (cada 15 días, un módulo que aborda un tema en profundidad)
- Temas específicos por módulos, según requerimientos contractuales.

2.2. DIAGNÓSTICO MESO

2.2.1 Enfoque General

La empresa se dedica a realizar estudios de investigación de carácter político y social mediante la opinión pública usando metodologías de investigación cuantitativas y cualitativas aplicando herramientas como son las encuestas, los grupos focales y las entrevistas, entre las más usadas.

Pero ciertamente el bagaje de investigación más usado por la empresa es el método cuantitativo de investigación a través de la encuesta, ya que es con esta herramienta con la que los estudios de opinión son validados, y mucho más debido a que nuestros estudios de opinión se los realiza con muestras representativas que abracan a casi todo el país.

Todos los estudios solicitados a la empresa para la obtención de información acerca de las diferentes temáticas demandadas, se las puede obtener con el uso y combinación de varias herramientas cuantitativas y cualitativas, pero es indispensable el uso de la encuesta como base para determinar el lineamiento del estudio, aparte que es la herramienta que puede recoger la mayor cantidad de información. Después del uso de la encuesta se puede reforzar el estudio

con grupos focales y entrevistas, pero la encuesta es parte fundamental de todos los estudios, y **ES EN ESTA HERRAMIENTA METODOLÓGICA EN DONDE SE BASARÁ EL ANÁLISIS DE ESTE PROYECTO DE TESIS Y EN DONDE SE ENFOCARÁ EL DESARROLLO DEL MANUAL DE PROCESOS.**

Por tanto, en adelante y a continuación se detallará y direccionará a esta herramienta cuantitativa de investigación como el eje principal de éste estudio de investigación.

2.2.1.1. Encuesta

Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a la gente²¹.

Para Richard L. Sandhusen, las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo²².

Según Naresh K. Malhotra, las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica²³.

Para Trespalacios, Vázquez y Bello, las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la

²¹ STANTON, Etzel y Walker. *Fundamentos de Marketing*, (13a. Edición, 2004), Pág. 212. McGraw Hill

²² SANDHUSEN L. Richard. *Mercadotecnia*, (Primera Edición, Compañía Editorial Continental, 2002), Pág. 229.

²³ MALHOTRANARESH, Pearson. *Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado*, (Cuarta Edición, Educación de México, S.A. de C.V., 2004), Págs. 115 y 168

población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo ²⁴.

En síntesis, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se plantea la siguiente definición de encuesta:

“La encuesta es un instrumento de investigación que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica”.

Complementando lo anterior, cabe señalar que el Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define el término encuestación como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado²⁵.

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

Cuando es posible listar o enumerar a cada uno de los elementos de la población se dice que la encuesta es un censo. Es decir, un censo es una encuesta que se realiza a toda la población. El inconveniente de este tipo de

²⁴TRESPALACIOS GUTIÉRREZ Juan, VÁZQUEZ CASIELLES Rodolfo y BELLO ACEBRÓN Laurentino. *Investigación de Mercados*, (International Thomson Editores, 2005), Pág. 96.

²⁵ Varios autores, *Diccionario de Marketing*, (de Cultural S.A., Edición 1999), Pág. 113.

encuesta es que suele ser complicada, reúne mucho tiempo, y es económicamente costosa. Tiene, claro, la ventaja de que si no se cometieron errores en su realización, asegura que se posee información de cualquier individuo de la población.

El censo pocas veces otorga, en forma clara y precisa, la verdadera información que se requiere. De ahí que sea necesario muchas veces realizar una encuesta muestral (también llamada, encuestas por muestreo) a la población en estudio, para obtener información suplementaria en relación a la otorgada por el censo. En estas encuestas se elige una parte de la población que se estima representativa de la población total. Debe tener un diseño muestral (o sea, un proceso de selección de la muestra), necesariamente debe tener un marco muestral (lista de elementos pertenecientes a la población de la cual se obtendrá la muestra) y ese marco, cuando se trata de personas, suele obtenerse del censo de población. Si no se cuenta con un censo, dependiendo de la información buscada, puede ser remplazado por un padrón electoral, un directorio telefónico, etc.

Una forma reducida de una encuesta por muestreo es un "sondeo de opinión"; esta forma de encuesta es similar a un muestreo, pero se caracteriza porque la muestra de la población elegida no es suficiente para que los resultados puedan aportar un informe confiable. Se utiliza solo para recolectar algunos datos sobre lo que piensa un número de individuos de un determinado grupo sobre un determinado tema.

Por tanto y tomando en cuenta que la encuesta es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población, se pueden establecer ventajas y desventajas de la misma.

2.2.1.1.1. Ventajas:

- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- Permite obtener información sobre hechos pasados y actuales de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

2.2.1.1.2. Desventajas:

- No permite analizar con profundidad temas complejos (recurrir a grupos de discusión).

2.2.1.1.3. Tipos de encuesta

Las encuestas pueden ser clasificadas tanto por el tipo de respuestas, cuanto por la forma de aplicación. Por el tipo de respuestas la encuesta puede ser: cerrada abierta o mista. Por la forma de aplicación las encuestas pueden ser: de cuestionario y de entrevista.

Son encuestas de entrevista cuando se aplican de manera verbal, y son encuestas de cuestionario cuando se aplican de manera escrita²⁶.

El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y es un instrumento de recogida de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

²⁶ ANDINO Patricio, *Investigación Social, Métodos y Técnicas*, pág. 188

2.2.1.1.3.1. Tipos de cuestionarios.

- a) Entrevista personal, en el que se hace uso de encuestadores
- b) Por correo, envío por correo de un cuestionario, es más barata, pero tienen el inconveniente de un índice de respuesta no elevado, por lo que hay que hacer sucesivas oleadas, lo que puede hacer que nuestra muestra no sea representativa.
- c) Cuestionarios telefónicos. No controlamos a la persona que responde, son baratas.

2.2.1.1.3.2. Tipos de preguntas:

- a) Según la contestación que admitan:
 - Abiertas: Sólo formulan las preguntas, sin establecer categorías de respuesta. Se deben utilizar muy poco en las encuestas porque después de la encuesta hay que cerrarlas, codificarlas y luego estandarizarlas.
 - Cerradas Dicotómicas: Establecen sólo 2 alternativas de respuesta, "Si o No" y a veces Nsc (no sabe, no contesta). Se deben utilizar sólo para temas muy bien definidos que admiten estas 2 alternativas como respuesta.
 - Categorizadas: Además de la pregunta, establecen las categorías de respuesta. A su vez se subdividen en:
 - De respuesta espontánea: El encuestador solo lee las preguntas y no las opciones de respuesta.
 - De respuesta sugerida: El encuestador lee las preguntas y las opciones de respuesta.
 - De valoración: El encuestador lee una escala de intensidad creciente o decreciente de categorías de respuesta (muy mala, mala, buena, muy buena).
- b) Según su función en el cuestionario:

- Filtro: Se utilizan mucho en los cuestionarios para eliminar aquellas personas que no les afecten determinadas preguntas, es decir que marcan la realización o no de preguntas posteriores.
- Batería: Todas las preguntas tratan sobre un mismo tema y que siempre deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería, empezando por las más sencillas y luego las más complejas. Esto se denomina "embudo de preguntas".
- De control: Se utilizan para comprobar la veracidad de las respuestas de los encuestados y normalmente lo que se hace en estos casos es colocar la misma pregunta pero redactada de forma distinta en lugares separados una de la otra.
- Amortiguadoras: Se refieren a que cuando estamos preguntando temas escabrosos o pensamos que serán reticentes a contestar, hay que preguntar suavizando la pregunta y no preguntar de modo brusco y directo. (preguntas indirectas)
- Repreguntas: Funcionan para realizar una nueva pregunta dentro de una misma pregunta después de haber aplicado un filtro.

c) Según su contenido:

- Identificación: Sitúan las condiciones en la estructura social. Ej. Edad, sexo, profesión.
- Acción: Tratan sobre las acciones de los entrevistados. Ej. ¿Va al cine? ¿Fuma?
- Intención: Indagan sobre las intenciones de los encuestados. Ej. ¿Va a votar?
- Opinión: Tratan sobre la opinión de los encuestados sobre determinados temas. Ej. ¿Qué piensa sobre...?
- Información: Analizan el grado de conocimiento de los encuestados sobre determinados temas.

- Motivos: Tratan de saber el porqué de determinadas opiniones o actos.

2.2.1.1.4. Reglas para la formulación de preguntas:

- a) No deben ser excesivamente largo, porque en cuestionarios largos (+100 preguntas) disminuye el porcentaje de respuestas.
- b) Tiene que ser sencillas y redactadas de tal forma que puedan comprenderse con facilidad (no utilizar términos técnicos).
- c) No deben incorporar términos morales (juicios de valor).
- d) Nunca sugerir la respuesta, incitando a contestar más en un sentido que en otra.
- e) Todas deben referirse a 1 sola idea.
- f) Todas las que estén dentro de un mismo tema deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería.
- g) No juntar preguntas cuya contestación a una de ellas influya sobre la contestación de la otra, denominado efecto "halo"²⁷.
- h) Las preguntas dependen de los objetivos a ser alcanzados

2.2.1.1.5. Recomendaciones o Deformaciones al crear un cuestionario:

1. Deformación conservadora. Las personas tienen más tendencia a contestar "si" que a contestar "no". Una pregunta recibe más porcentaje de adhesiones cuando está formulada para contestar "si" que cuando está formulada para contestar "no"²⁸.
2. Influjo. Predispone de ciertas palabras. Hay ciertas palabras con una gran carga ideológica.
3. Evitar referencias a ciertas personalidades públicas.

²⁷ http://es.wikipedia.org/wiki/Efecto_halo

²⁸ ANGELINO, Flavia. *Datos Cuantitativos – Construcción, aplicación y análisis de instrumentos e información*. 2009

4. Organización y preparación del cuestionario:

2.2.2 El ciclo de encuestas

Tomando en cuenta el enfoque general del estudio, el mismo que se centra principalmente en el análisis de la encuesta como instrumento cualitativo de investigación, se procederá a continuación a detallar los procesos que definen a la encuesta como el principal instrumento investigativo de S.P Investigación y Estudios.

Como se mencionó en el acápite correspondiente, este proyecto está enfocado en el proceso del ciclo de encuestas de la empresa, para lo cual se detalla brevemente a continuación los pasos de cada subproceso que serán tomados en cuenta para la elaboración de este manual de procesos.

El inicio de un estudio de investigación comienza por la necesidad del cliente ante una situación o eventualidad que desconoce y de la cual quiere tener información que generalmente es usada para la toma de decisiones (puesta en marcha de proyectos, lanzamiento de un producto, entre otras), y es que como dijo Sir Francis Bacon “el conocimiento es poder”

Al conocer el tipo de estudio que vamos a realizar, podemos enfocar las necesidades del estudio, en la encuesta y desarrollarla de la siguiente manera:

- a) Formular hipótesis: En base a la necesidad del estudio
- b) Establecer los objetivos y las variables independientes (dimensiones de que queramos analizar)
- c) Operacionalizar las variables dependientes, dando lugar a las preguntas que serían los indicadores.

Una vez tenemos conocimiento de estos aspectos, debemos establecer el universo de estudio y la muestra de ese universo en donde se aplicará la

encuesta, la misma que garantizará la representación porcentual de ese universo.

Sabiendo lo que se quiere hacer, la información que se quiere obtener y donde se va a obtener esa información se procederá a la elaboración del formulario, el cuál estará enfocado en el objetivo principal del estudio.

Para garantizar la efectividad y funcionalidad del formulario se deberá realizar pruebas de aplicación con los encuestadores que ejecutarán el levantamiento de la información quienes previamente serán capacitados sobre el uso y manejo del formulario.

Una vez levantada la información, esta se digitalizará, depurará, codificará y procesará para luego obtener información estadística con la cual se trabajará mediante tablas y gráficos de análisis que generarán posteriormente los resultados finales del estudio.

Y por último se evaluará el trabajo realizado en cuanto a las experiencias aprendidas, el trabajo de campo, la factibilidad de aplicación del formulario, etc., con la finalidad de crear un sistema de retroalimentación de información que garantice el mejoramiento continuo en la calidad de la aplicación de encuestas.

Y esto es lo que se conoce como el ciclo de encuestas, una serie de pasos y actividades que son formulados de manera cronológica y cuya secuencia genera y arroja nuevos productos que a su vez sirven de insumos para alimentar los pasos siguientes, siendo consecuentes con la dinámica de todo el ciclo de encuestas.

Es por tanto el ciclo de encuestas una cadena de procedimientos, actividades, subprocesos y procesos que forman parte de una proceso mayo o macro, siendo así parte también de la cadena de gestión de la empresa.

Ilustración 3: Mapa de procesos



Elaborado por: Andrés Pazmiño, coordinador técnico S.P. investigación y estudios (El Autor)

2.3. DIAGNÓSTICO MICRO

2.3.1 Manual de procesos

El proyecto tiene la doble finalidad de hacer mención a la existencia y disponibilidad de un “Manual de Procesos para la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios” y de proveer una herramienta de apoyo referencial sobre el proceso, subproceso y producto final de la gestión del ciclo de encuestas y sobre los principales pasos para su logro, los criterios de evaluación y gestión, las relaciones interinstitucionales y las normas básicas del subproceso que le dan vigencia y sostenibilidad, a la vez que guarda una memoria permanente institucional, que puede servir de consulta para cualquier ocasión.

Un proceso sirve a la toma de decisiones de la empresa como la secuencia ordenada de actividades o actuaciones que se siguen para el cumplimiento de un objetivo, consecuencia de una acción expresada en una norma. Dicha

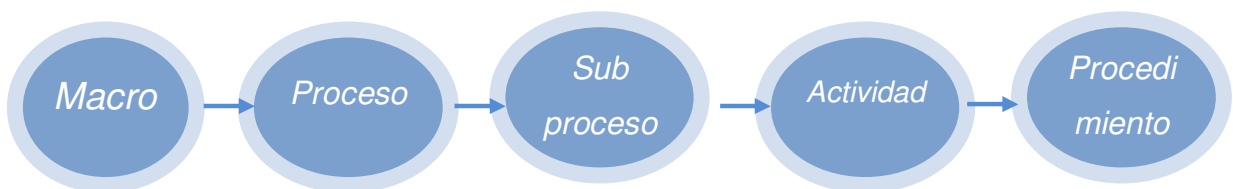
acción no es caprichosa, sino que responde al doble objetivo de garantizar, en la toma de decisiones, la tutela de los intereses generales y la satisfacción del interés concretos de cada actividad.

El manual de procesos estará enfocado en dar el mayor detalle de todos los procesos y subprocesos que dentro de un estudio de investigación se cumplen en el ciclo de encuesta de un estudio. Por tal razón, es necesario comprender la delimitación del universo de este estudio específicamente en el área cuantitativa de investigación mediante el uso de la encuesta como herramienta de aplicación y ejecución para la toma de datos de un estudio en particular.

Hay que tomar en cuenta también que los procesos expresados en este manual corresponden a la situación actual de la empresa y que han ido evolucionando en forma al crecimiento de la empresa y de las demandas del mercado que consume nuestros servicios, por tanto estos procesos deberán ser mejorados permanentemente institucionalizando el proceso de mejoramiento continuo.

Este manual constituye la primera versión de los procesos que se desarrollan en esta unidad de trabajo, por lo tanto, son susceptibles de mejoramiento como resultado de la aplicación y evaluación de los mismos, siempre en procura de alcanzar mayor eficiencia, seguridad de las actividades y mejoramiento continuo de las actividades.

En un Manual de Procesos, la orientación está dirigida a los mismos subprocesos con sus principales actividades para lograr el producto final:



2.3.1.1. Macro:

El nivel Macro de este Manual de procesos será el ciclo de encuestas.

2.3.1.2. Procesos:

Los procesos estarán conformados por cada uno de los niveles del ciclo de encuestas.

- 1) Diseño
- 2) Preparación
- 3) Campo
- 4) Procesamiento
- 5) Análisis
- 6) Evaluación

2.3.1.3. Subprocesos:

Cada subproceso pertenece a cada uno de los niveles de procesos del ciclo de encuestas, y se detallarán en función de las especificidades de los mismos.

2.3.1.4. Actividad:

Las actividades son las que determinarán las especificidades de cada uno de los subprocesos y por tanto son las que nos ayudarán a cumplir las metas de cada subproceso y de los procesos en general.

2.3.1.5. Procedimientos:

Por su parte, los procedimientos guiarán a las actividades y garantizarán el correcto cumplimiento de las mismas.

2.3.1.6. Definición del problema

La empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios, ha determinado los pasos a seguir para la consecución y ejecución de cada programa de estudios en base a las demandas y requerimiento de cada estudio en particular, determinando de

esta manera una homogeneidad en los procesos que llevaban a la conclusión de cada estudio.

De esta manera se establecen los parámetros básicos de seguimiento y control para la ejecución de una encuesta y posteriormente de todos los procesos que conllevan a la ejecución final del estudio, siendo este el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta.

Es así como se empieza a esbozar un esquema de los pasos a seguir en el proceso del ciclo de encuestas. Pero de todas maneras estos procesos no están detallados ni especificados, sino que siguen una normativa empírica de ejecución en base a las experiencias desarrolladas en el pasado.

Es por esta razón, que se requiere de la implementación de un manual de procesos que dé cuenta de la importancia que tiene el desarrollo completo y directo de cada actividad que se cumple en el ciclo de encuestas y la consecución y relación que tienen en conjunto para el cumplimiento del objetivo final del estudio y con el cumplimiento de los objetivos de la empresa en cuanto a los tiempos y plazos de ejecución. A su vez, servirá para determinar y afianzar el modelo de gestión de la empresa, siendo este manual el pionero en la gestión de procesos de Santiago Pérez Investigación y Estudios.

2.3.2 Diseño del experimento

Para la puesta en marcha de la elaboración de un manual de procesos para la empresa S.P Investigación y Estudios, y como se ha reiterado a lo largo de este proyecto de tesis acerca de la delimitación del universo de este estudio, se procederá a elaborar un manual detallado de los pasos que se toman en la empresa para la elaboración de un estudio de investigación mediante la aplicación de la encuesta.

2.3.2.1. Manual de procesos del ciclo de encuestas

A continuación se detallarán de manera general todos los procesos que se encuentran inmersos en el ciclo de encuestas, de manera que explique la función de cada uno de ellos y la relación que tienen entre sí los procesos, de igual manera se describirán las actividades que se cumplen en cada subproceso y los procedimientos que se llevan a cabo.

2.3.2.1.1. Diseño

El primer proceso del ciclo de encuestas es el diseño, el cual se refiere específicamente al diseño del formulario y la muestra del estudio, los cuales a la vez están en función del conocimiento del objetivo principal del estudio. Esto es porque, tanto el desarrollo de una muestra como el diseño de un formulario estarán delimitados por la necesidad de investigación del estudio, y así como el resto de los procesos estarán determinados por esta condicionante, es en estos dos subprocesos en donde se direcciona el resto del estudio para el cumplimiento de su objetivo.

2.3.2.1.1.1. Formulario

El Formulario de encuestas que usa la empresa S.P. Investigación y estudios tiene la característica especial y distintiva de lograr la obtención de 10 encuestas en un solo formulario usando las mismas preguntas, pero mediante el registro de respuestas codificadas en un casillero de respuestas²⁹. Es decir, este formulario de encuestas no es individual, lo que no quiere decir que las encuestas sean grupales, ya que la encuesta a cada persona sigue siendo individual, pero la obtención de datos de 10 encuestas estará registrada en un solo formulario, facilitando el procesamiento de los datos y ahorrando papel.

²⁹ Santiago Pérez Investigación y Estudios, Archivo de encuestas, *Formulario*

La estructura general del formulario tendrá las siguientes características³⁰:

- a) Introducción. Incluirá: quien nos encargó el estudio, quien realiza el estudio, el carácter anónimo de las respuestas, quien puede contestar el formulario, filtro, etc.
- b) Preguntas:
 - Preguntas de identificación. Estas se dividirán en demográficas y socio-demográficas.
 - Preguntas sencillas. Es recomendable empezar con las más complejas y terminar con preguntas sencillas.
 - Facilitar la transición de un tema a otro en el cuestionario especificando y guiando la transición de las preguntas.
 - Evitar muchas preguntas abiertas.
- c) Elaborar o decidir sobre los aspectos formales.
- d) Preparar determinados elementos decisorios (carta de presentación de los encuestadores)
- e) Capacitar a los encuestadores y elaborar una guía de instrucciones para el llenado del formulario.
- f) Hacer un PRE-TEST (prueba del cuestionario antes de su lanzamiento definitivo) tiene por objeto ver si se entienden las preguntas, si hay problemas en la redacción, si los códigos están bien estructurados, si los casilleros de respuesta tienen el tamaño suficiente, si los casilleros corresponden con el número de preguntas, entre otras observaciones. Los pre test siempre deben realizarse y por tanto la elaboración de un cronograma de trabajo para la realización de un formulario deberá contener el tiempo de capacitación y pre test, previa a la aplicación de la encuesta. La información recogida en la aplicación pre test en cuanto al contenido del formulario no será usada para el análisis de los datos del estudio.

³⁰ Ibíd.

Como se mencionó anteriormente, este formulario tiene la característica de recoger la información de 10 encuestas en un solo formulario. Para esto el diseño del formulario tendrá un formato estándar en el cual se mostrará una cuadrícula de casilleros para el registro de las repuestas y a continuación el detalle de formulación de las preguntas.

A diferencia de formularios de encuestas individuales en las cuales cada pregunta tiene un único registro de respuesta, sea llenan un casillero con una X, marcando un número (encerrándolo en un círculo) o subrayando una respuesta; éste podrá usar esa misma pregunta para las diez encuestas a realizarse en cada formulario.

El número de preguntas varía de acuerdo al tipo de estudio que se realice. En un formulario se registran un máximo de 10 encuestas (la opinión de 10 personas). Cada formulario se conoce como una (1) parada.

El formulario tiene al inicio de cada página, una cuadrícula donde se registran las respuestas de los encuestados, a cada una de las preguntas.

En la fila superior se muestra el número de pregunta a la que corresponde cada columna y en la primera columna a la izquierda, consta el número de encuesta que se realiza. Es decir, cada encuesta debe ser llenada horizontalmente por cada persona encuestada y cada casillero corresponde al número de pregunta que se realiza.

A continuación se encuentra una ilustración del diseño de la hoja principal de un formulario y en la que se muestra la cuadrícula de registro de respuestas y la estructura del formulario en cuanto a la introducción, datos demográficos y socio-demográficos, preguntas y alternativas de respuesta, códigos de respuesta, instrucciones de llenado, tipologías entre otras cosas que serán detalladas más adelante.

Ilustración 4: Formulario

1 columna = 1 variable (pregunta)

1 fila = 1 encuesta

	1	2	3	4	5	6
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

(SÓLO SE HACE LA ENCUESTA A PERSONAS QUE RESIDEN DE FORMA PERMANENTE EN ESTA PARROQUIA. PREGUNTE A LA PERSONA SI VIVE EN ESTA PARROQUIA. ATENCIÓN: NUNCA LEA LAS OPCIONES DE LAS PREGUNTAS AL ENTREVISTADO. SOLO DEBE LEER LA PREGUNTA Y ESPERAR LA RESPUESTA)

BUENOS DÍAS/TARDES. GRACIAS POR ACEPTAR RESPONDER A ESTA ENCUESTA. ESTE ESTUDIO SE REALIZA EN TODO EL PAÍS, PARA RECOGER LAS OPINIONES SINCERAS DE LOS CIUDADANOS DE MANERA VOLUNTARIA.

Datos geográficos

PROVINCIA: _____

CANTÓN: _____

PARROQUIA: _____

BARRIO/SECTOR: _____

ZONA: ☐

1. Urbana

2. Rural

(Poner nombres)

Sociodemográficos

1. SEXO

1. Hombre

2. Mujer

2. EDAD

3. GRUPO DE EDAD

1. De 16 a 19 años

2. De 20 a 29 años

3. De 30 a 44 años

4. De 45 a 59 años

4. NIVEL DE EDUCACIÓN

1. Ninguno

2. Básica-primaria

3. Bachillerato-secundaria

4. Superior-universitaria

5. NIVEL SOCIOECONÓMICO

1. Bajo

2. Medio bajo

3. Medio

4. Alto/medio alto

6. ¿CÓMO SE CONSIDERA: INDÍGENA, BLANCO, MESTIZO, AFROECUATORIANO, MULATO U OTRO?

1. Indígena

2. Blanco

3. Mestizo

4. Afroecuatoriano, negro

5. Mulato

6. Otro

Tipología:		
Edad	Hombre	Mujer
16-19		
20-29		
30-44		
45-59		
60 y más		
Total	5	5
FIRMA DE SUPERVISOR		

5. De 60 años y más

5. Técnica-artesano

Fuente; Archivo digital. Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.

Bajo la cuadrícula de la primera hoja del formulario y sólo en esta primera hoja se encuentran los datos de identificación del supervisor del equipo de encuestadores y del encuestador que llenó el formulario, así como también el código del encuestador. Este código hace referencia a la provincia a la cual pertenece el encuestador. Para el registro de estos datos se detallara una línea segmentada inferior, y para el número de código del encuestador se lo hará en un casillero como se muestra en el ejemplo anterior.

A continuación en mayúsculas y entre paréntesis, se describe la instrucción para el encuestador que servirá como filtro para la realización de la encuesta. Esta instrucción filtro dependerá del tipo de encuesta que se realice.

Por ejemplo:

(SÓLO SE HACE LA ENCUESTA A PERSONAS AFILIADAS AL INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL, PREGUNTAR SI LA PERSONA ES AFILIADA AL SEGURO)

Luego de la instrucción se describe en mayúsculas y con negrita, la introducción de la encuesta, esta deberá ser leída al encuestado en voz alta y clara, a manera de presentación para iniciar la encuesta.

Generalmente la recolección de la información inicia con los datos geográficos, los mismos que deberán ser registrados junto a la pregunta en la línea segmentada o en sus propios casilleros que también se encuentran junto a la pregunta, respetando las instrucciones detalladas y no deben ser registrados en la cuadrícula superior de la hoja. Esta información es parte de la sección fija de los formularios y será detallada más adelante.

En la primera hoja también se encuentra el cuadro de tipología de la muestra, la cual servirá como apoyo del encuestador para identificar a los encuestados por sexo y grupo de edad que debe cumplir para cada formulario según el requerimiento de la muestra. Cada tipología tiene una

variación de edad a cumplir pero siempre serán 5 hombres y 5 mujeres. Este tema también será explicado en su respectivo acápite.

Las preguntas numeradas corresponden a la cuadrícula superior de la hoja y sus respuestas deberán ser registradas en esa cuadrícula. Estas preguntas se presentarán en cada página en igual número que el de la cuadrícula superior, es decir, si en una página existen 6 preguntas, la cuadrícula superior contendrá 6 columnas numeradas correspondientes a esas preguntas.

Una columna es igual a una variable o pregunta, por tanto, el número de columnas de cada cuadrícula corresponderá al número de preguntas de esa página. Y una fila es igual a una encuesta, es decir que cada formulario tendrá siempre un número máximo de 10 encuestas.

La numeración de las preguntas deberá ser secuencial en todas las hojas y de igual manera en las columnas de las cuadrículas para su correspondencia.

Las preguntas cerradas tienen sus respectivas opciones de respuesta con un código numérico para cada alternativa de respuesta. Es éste número el que debe ser registrado en la cuadrícula superior en el casillero al que pertenece la pregunta y en el caso de ser una pregunta abierta, el casillero tendrá un tamaño de ancho superior al resto para que la respuesta del encuestado pueda ser escrita textualmente. Para el caso de las preguntas semi-abiertas, se podrá registrar el código predeterminado de respuesta o se registrará la respuesta textual del encuestado, por lo que los casilleros de respuestas para las preguntas semi-abiertas también deberán tener un ancho de columna superior como en el caso de las preguntas abiertas.

Una vez realizada la encuesta, todo el formulario debe contener códigos de respuesta o palabras de texto. Nunca puede haber uno o más casilleros vacíos dentro de una misma fila o encuesta.

2.3.2.1.1.1.1. Edición del formulario³¹

➤ **Mayúsculas y en negrita:**

Es el texto de pregunta tal como debe leerse al encuestado. Las preguntas cerradas contendrán las opciones de respuesta dentro de la pregunta, por tanto debe leerse la pregunta junto con las opciones de respuesta. Sólo lo que está escrito con mayúscula y con negrita es lo que el encuestador podrá leer al encuestado

➤ **Minúsculas:**

En minúscula y a manera de título se escribirán las opciones de respuesta junto al número de código al que corresponda. Las opciones de respuesta no deben leerse al encuestado a menos que se indique lo contrario.

➤ **Paréntesis:**

Dentro de los paréntesis habrá instrucciones para el encuestador, y todo lo que vaya dentro de un paréntesis no debe ser leído al encuestado sino que servirá como apoyo para el encuestador. Las instrucciones dentro del paréntesis irán con negrita si esta instrucción va dentro de una pregunta.

➤ **Subrayado:**

³¹ Santiago Pérez Investigación y Estudios, Archivo de encuestas, *Formulario*

La opción de subrayado se usa para dar una advertencia al encuestador sobre el contenido de la pregunta. El texto que va subrayado dentro de la pregunta deberá ir en minúsculas y sin negrita para diferenciarla de la pregunta, ya que esta advertencia es para el encuestador y no debe ser leída. Este tipo de advertencias se usan principalmente con preguntas encadenadas para señalar a quién exclusivamente se puede hacer una pregunta o si hay que repreguntar a esa persona o no.

➤ **Números en negrita:**

Las preguntas estarán numeradas de forma secuencial de manera automática durante todo el formulario y estarán en negrita al igual que la pregunta.

➤ **Números sin negrita:**

Los números sin negrita corresponderán a los códigos de las opciones de respuesta. Estos números no tendrán numeración automática por lo que se los enumerará manualmente. La numeración de las opciones de respuesta tendrán el numero seguido de un punto y a continuación de un espacio empezará la descripción

➤ **Tipo de letra:**

El tipo de letra con la que se realizará el formulario será Tahoma y tamaño de fuente 8 pts.

➤ **Márgenes:**

Los márgenes del formulario tendrán el formato normal, Sup 2.5cm, Inf 2.5cm, Izq 3cm y Der 3cm. Se debe tomar en cuenta que la cuadrícula

de registro de respuestas no aplica a este margen, ya que dependerá del número de preguntas que contenga por lo que en ocasiones podrá sobrepasar los márgenes establecidos.

➤ Alineación del texto:

El texto de las preguntas deberá estar siempre justificado, mientras que las alternativas de respuesta deberán ir alineadas a la izquierda.

➤ Columnas (alternativas de respuesta):

Las alternativas de respuesta se encolumnarán de acuerdo al número y a la extensión de las mismas, tratando siempre que estas puedan leerse en una sola línea para facilitar el trabajo del encuestador.

➤ Subtítulos

Los subtítulos deberán ir subrayados y alineados a la izquierda y servirán para marcar las secciones del formulario dividiendo la temática del mismo por secciones.

2.3.2.1.1.1.2. Secciones³²

a) **Sección fija.** Es constante para cada aplicación ya que la mayoría de las variables que contienen son las que nos ayudan a validar y a analizar la información obtenida.

– **Datos geográficos:** *Provincia, Cantón, Parroquia y Zona.*

A esta información no se le asigna un número de pregunta, por tanto no se la registra en la cuadrícula de respuestas, pero tienen que ser llenados a continuación en la línea segmentada o en el casillero

³² Ibíd.

correspondiente junto a la pregunta. En los datos geográficos también se deben registrar *Dominio y Validez por calendario*, los cuales se usan en función de los requerimientos muestrales del tipo de estudio. Estas dos preguntas no son siempre constantes en todos los formularios, y en el caso de la validez, los códigos de respuesta variarán en dependencia del requerimiento muestral.

Hay que tomar en cuenta que esta sección cuenta instrucciones en las cuales deberá intervenir el supervisor para llenar la información requerida.

- **Datos sociodemográficos:** *Sexo, Edad, Grupo de Edad, Nivel de Educación, Nivel Socioeconómico y Autoidentificación Étnica.*

Desde este punto, cada pregunta ya tendrá su numeración y sus respectivas opciones de respuesta, por lo que ya se empieza a registrar en la cuadrícula de respuestas en el casillero al que corresponde cada pregunta.

Como casos especiales de esta sección, están la pregunta de edad, la cual no tiene códigos de respuesta y más bien debe ser registrada en números, la edad del encuestado. Las preguntas de Sexo, Grupo de edad y Nivel Socioeconómico no se formulan al encuestado. En el caso del grupo de edad es porque este dato viene a continuación de preguntar la edad, luego de lo cual se registrará el grupo al que pertenece según el código correspondiente. Mientras que para el caso de Sexo y Nivel Socioeconómico se los hace por observación del encuestado; para el primer caso es observación básica y en el segundo dependerá de una previa capacitación para lo cual podrá registrar el código correspondiente en base a una observación de las condiciones de vivienda y del individuo. Para todos estos casos se deberán usar las instrucciones para el encuestador que se encuentran junto a la pregunta.

Esta sección podría tener más preguntas adicionales dependiendo del estudio que se realice, tales como condiciones de vida, características de vivienda y otras.

- **Estado de ánimo:** *Situación actual y futura, principal problema y principal responsable.*

Esta sección cuenta con un ciclo de rotación en la manera en que estas preguntas son formuladas, es decir que cada vez se formularan preguntas acerca de la situación actual, principal problema, responsable y situación futura, pero se referirán de maneras distintas al individuo y su familia, a su barrio o sector donde viven, cantón, provincia o al país, de tal manera que vayan alternando cada una de ellas o sean tratadas por requerimiento especial.

Para formular la pregunta de la situación actual se la realizará comparando cualquiera de los temas antes mencionados comparándola con años pasados, mientras que la situación futura toma la percepción de la gente al respecto del mismo tema en una visión dentro de los próximos meses, el problema tendrá relación directa con la temática, y el responsable tendrá relación con la pregunta anterior; si va después del principal problema, la pregunta de responsabilidad será de resolver el problema, si va después de la situación actual, se averiguará quien es el responsable de encontrarse así.

Ej. ¿Cómo se encuentra el país en comparación con años anteriores?
¿Cuál es principal problema del país en la actualidad?
¿Quién es el responsable de solucionar este problema?
¿Cómo cree que estará el país dentro de los próximos meses?

- **Satisfacción de servicios:** *Servicios básicos, telefonía, transporte, policía, bomberos, cruz roja, recolección de basura, vialidad.*

La satisfacción de servicios también tiene una rotación periódica para la medición de los servicios anteriormente mencionados. Esta medición cumple una cronología preestablecida o tendrá que ver con la coyuntura del momento, así se indagará sobre ciertos servicios cada vez de tal manera que se pueda formular un módulo con preguntas que se puedan corresponder, como por ejemplo: medir el servicio de policía, bomberos y cruz roja, en otra ocasión podrán ser alcantarillado, vialidad y limpieza de calles.

- **Medios de comunicación:** *Televisión, Periódico, Radio, Internet, medios internos, otros.*

Los medios de comunicación son la última sección fija del formulario y suele ir hasta el final del formulario para cerrar el mismo con un tema de interés general y evite que el formulario se vuelva tedioso. Al igual que en las secciones anteriores se realizará una indagación de manera periódica ya que no se puede abordar todos los temas cada vez. La pregunta principal tendrá que ver con el medio de comunicación que más usa para enterarse de lo que pasa ya sea en el país, en el cantón o en el lugar donde vive. Las siguientes preguntas tratarán acerca de la frecuencia de consumo de estos medios; el canal más visto, el periódico más leído, la radio más escuchada, frecuencia de uso de internet. Y finalmente habrá temas de profundidad de uso de medios como a que hora escucha la radio, cuanto tiempo usa internet, entre otros.

- **Módulos por temas específicos:** A continuación de la sección fija, vienen varios módulos que detallan a profundidad la información específica que se requiere obtener, y estos a su vez dependerán de los requerimientos del estudio que se realice, la información que se precise y del lugar donde se realice el estudio, por ejemplo, estado

de ánimo y problemas (familia o situación país); confianza en instituciones, salud, educación, etc.

2.3.2.1.1.1.3. Tipo de preguntas

- **Preguntas cerradas.** Las preguntas cerradas se caracterizan por detallar las opciones de respuesta dentro de la misma pregunta, por lo que el encuestado responderá a una de las opciones mencionadas en la pregunta; en algunas de estas preguntas se utiliza una tarjeta de apoyo para que sea leída por los encuestados y puedan escoger una única opción. Las preguntas cerradas por lo general tienen una escala de calificación, o de aprobación o rechazo, y deben ser formuladas de tal manera que los códigos de opción de respuesta vayan de negativo a positivo, de bueno a malo, de rechazo a aprobación etc. En el caso de las tarjetas de apoyo no tienen un orden en particular.
- **Preguntas semiabiertas.** Estas preguntas por su parte no contienen las opciones de respuesta dentro de la pregunta. Por tal motivo el encuestado puede mencionar abiertamente su respuesta, cualquiera que fuera esta. Para este efecto y para facilitar el trabajo del encuestador, se enlista una serie de posibles respuestas que estén enmarcadas en la necesidad de la información que se requiera y en la lógica de la pregunta. Por tanto el encuestador deberá comparar sus opciones de respuesta con la respuesta del encuestado para ubicarla en una de estas, en el caso de que la respuesta no encaje en una de las opciones, el encuestador deberá anotar textualmente y en mano imprenta la respuesta del encuestado. Cabe recalcar que el uso de las opciones preestablecidas se produce cuando la respuesta del encuestado es igual (sinónimo) o tiene el mismo sentido.

- **Preguntas abiertas.** Aquí se registra la opinión particular del encuestado de manera textual, mano imprenta y legible. En este caso no existe la posibilidad de sugerir posibles alternativas de respuesta porque merece la reflexión individual del encuestado. El encuestador recoge con las mismas palabras del encuestado la idea central de su respuesta (aproximadamente unas 3 a 5 palabras)

- **Preguntas mixtas:** Estas son preguntas de formulación abierta pero de registro cerradas, es decir el encuestado podrá dar una respuesta abierta a la pregunta planteada, pero el encuestador no registrará una respuesta textual, sino que más bien, tendrá una lista de códigos con posibles respuestas tal cual una pregunta semiabierta con la particularidad de que si la respuesta del encuestado no encaja en una de estas posibles respuestas, se aplicará el código único “otros” para cerrar la pregunta.

- **Preguntas independientes.** Sólo se espera una respuesta y no está vinculada a ninguna otra pregunta.

- **Preguntas dependientes o encadenadas.** Se plantea una primera pregunta y en dependencia de la respuesta dada por el encuestado a esta pregunta, se encadena a una o más preguntas siguientes, o por otro lado, y en relación a esta misma dependencia, se puede saltar a una próxima pregunta. En el formulario están escritas las instrucciones que se deben seguir. Este tipo de preguntas nacen siempre de una pregunta cerrada, y pueden encadenarse con preguntas cerradas, semiabiertas y abiertas.

Ejemplo de pregunta dependiente o encadenada:

1. **¿LE GUSTARÍA HABER NACIDO EN OTRA PROVINCIA DEL PAÍS O NO?** (a los que contestan SÍ repreguntar) **¿EN CUÁL PROVINCIA?**
 1. No le gustaría haber nacido en otra provincia (pasar pregunta 3)
 2. En otra provincia de la Sierra
 3. En otra provincia de la Costa

4. En otra provincia del Oriente
0. Nsc. (pasar pregunta 3)
2. A los que respondieron que SÍ les gustaría haber nacido en otra provincia, **¿POR QUÉ LE HUBIERA GUSTADO NACER EN ESA PROVINCIA?** (Abierta)
 98. No aplica (a los que contestaron 1. No le gustaría haber nacido en otra provincia o 0. Nsc., en la pregunta anterior)
3. A los que respondieron que NO les gustaría haber nacido en otra provincia **¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE GUSTA DE LA PROVINCIA DONDE NACIÓ?** (Abierta)
 98. No aplica (a los que contestaron que sí les gustaría haber nacido en otra provincia, en la pregunta 61 relacionar con los códigos 0, 2, 3 y 4)

2.3.2.1.1.1.4. Códigos

2.3.2.1.1.1.4.1. Códigos comunes:

- **0. Nsc. (no sabe o no contesta).** Para el caso en que el encuestado proporcione una respuesta que no tenga lógica con la pregunta realizada, o que simplemente no sabe como contestar a esa pregunta, se registra el código *0 Nsc.*
- **70. Otros.** Para el caso de preguntas mixtas la cual recoge la opinión literal del encuestado encasillándolo en uno de los códigos preestablecidos de la pregunta, pero que no admite más respuestas de las ya preestablecidas en los códigos. En este caso, si la respuesta no pertenece a ninguno de los códigos correspondientes a esta pregunta, se registra el código *70 otros* en lugar de escribir textualmente la respuesta. La diferencia con la pregunta cerrada es que nunca se le da una opción de respuesta al encuestado
- **87 no lo conoce.** Se lo usa específicamente en preguntas sobre si conoce o no conoce a un personaje específico a ser analizado, por tanto si el encuestado jamás ha oído hablar de esa persona o no sabe quién es, se registra el código *87no lo conoce.*
- **98 no aplica.** Para las preguntas dependientes o encadenadas existe el código *98 no aplica*, esto se explica de la siguiente manera: Las personas que contestaron de una manera específica en la pregunta X,

podrá contestar la pregunta Y pero no la pregunta Z, por tanto, y como no se puede dejar un casillero de pregunta sin código, se registra el código 98 en la pregunta Z, ya que esa pregunta no se aplica para ese encuestado.

Este código sirve para todas las preguntas que no se realizan en ciertas secciones o en ciertos módulos, por ejemplo, en una encuesta cantonal que se realiza tanto en la zona urbana como en la zona rural (en dependencia de la muestra), se realizarán las mismas preguntas para todo el territorio, y por tanto si preguntamos sobre la junta parroquial que sólo tiene jurisdicción en la zona rural, entonces no podremos indagar sobre este tema en la zona urbana y por tanto se registrará para esta pregunta en todos los casos de la zona urbana el código *98 no aplica*.

2.3.2.1.1.4.2. Códigos singulares:

Cada pregunta tiene sus propios códigos de opciones de respuesta y cada código es único para esa misma pregunta. Así los códigos son numéricos y se ordenan de forma ascendente pero dejando hasta el final al código 0.Nsc. Los códigos pueden ser ordenados por importancia, por categoría o como se mencionó anteriormente en los tipos de preguntas, por escala, o simplemente pueden no tener un orden en particular y dependerán siempre de la pregunta a la que pertenecen.

2.3.2.1.1.5. Tarjetas de apoyo

Las tarjetas de apoyo se usan, solo si dentro del formulario se citan como necesarias. Estas tarjetas se usan como apoyo visual para los encuestados de manera que faciliten la contestación de algunas preguntas, que por su cantidad de alternativas, el tipo de pregunta, el tipo de investigación o la complejidad de la pregunta se vuelven necesarias.

Para el uso de una tarjeta como apoyo visual, en primer lugar se detallará al inicio de la pregunta y entre paréntesis, de tal manera que el encuestador pueda estar prevenido y entregar la tarjeta antes de formular la pregunta.

Al igual que en el formulario, en la tarjeta estará detallada la pregunta a la que hace referencia con sus respectivos códigos de respuestas.

Las tarjetas tendrán que ser enumeradas en base a su orden de aparición en el formulario, y este mismo número deberá aparecer en la instrucción que aparece al inicio de la pregunta que requiera de la tarjeta.

En base a la cantidad de alternativas de respuestas, una tarjeta podrá ocupar toda una hoja, o podrán caber una o dos tarjetas en una misma hoja. Cabe mencionar que las tarjetas son entregadas individualmente al encuestado y sólo en el momento en que la pregunta del formulario lo requiera.

Las tarjetas mostrarán en la parte superior el número de tarjeta al que refiere, a continuación mostrará la formulación de la pregunta y más abajo y dentro de una tabla en una sola columna se enlistarán las alternativas de respuestas sin una numeración para evitar sesgar las respuestas. Para esto también se puede usar otro formato en el que las alternativas de respuesta son mostradas en una imagen circular tipo gráfico de pastel, para que las respuestas no muestren un orden en particular.

En dependencia del tipo de estudio, los formatos variarán, teniendo como formato general, la formulación de la pregunta y las alternativas de respuesta mostradas en la tarjeta.

2.3.2.1.1.2. Muestra

El diseño muestral como se mencionó anteriormente, se diseñará en función del objetivo del estudio y dependerá por tanto del requerimiento y determinación del universo del estudio.

La muestra se establece estadísticamente y varía en cada estudio (dependiendo del alcance que se requiere). Tiene una distribución geográfica, que puede ser: por región, provincia, cantón y parroquias (urbanas y rurales), o por sectores: norte, centro y sur.

Provincia	CANTON	PARROQUIA	No	ZONA
PICHINCHA	QUITO	TABABELA	10	R
PICHINCHA	CAYAMBE	AYORA	10	U
PICHINCHA	CAYAMBE	CAYAMBE	20	U

Para el cálculo de la muestra se usan los datos del Censo de población y vivienda 2010 y el padrón electoral 2011, usando parámetros de desagregación provincial, cantonal y parroquial, usando los sectores urbano y rural para cada caso.

La estimación muestral en base al universo de estudio contendrá los parámetros poblacionales de cada sector, es decir, en base a la densidad de la población en una parroquia, cantón o provincia, dependerá el nivel probabilístico de elección de ese lugar, por tanto es una selección aleatoria, pero proporcional al tamaño real de la población. Del padrón y del censo se eliminan los sectores que por su complejidad de acceso, número de casos, peligrosidad, o costos, no se quiere que sean tomados en cuenta para la selección aleatoria. Esto afecta al margen de error, pero es una afectación mínima.

La muestra tratará siempre de asemejarse lo mayor posible a la realidad de la población que es tomada como universo de estudio, de esta manera se

usarán también parámetros de sexo y edad para establecer la muestra del estudio.

En dependencia del tipo de estudio las características de elaboración de las muestras podrán variar, con la finalidad de cumplir con el objetivo del estudio, por ejemplo, si un estudio en particular quiere investigar sobre la inserción laboral de la mujer en el país, pues la muestra se centrará sólo en mujeres, o si el estudio es acerca del consumo de ciertos productos por los jóvenes, entonces la muestra segregará a las personas de esta edad.

Lo que busca una representación muestral es, saber qué es lo que opina la gente en distintos momentos.

Por lo general las encuestas se aplican a hombres y mujeres, mayores de 16 años en sectores urbanos y rurales, y tomando en cuenta la distribución real de la edad de la población en el Ecuador, se ha diseñado una tipología con cinco rangos de edad, donde se establece la cuota de hombres y mujeres a entrevistarse por cada 10 casos, de acuerdo al diseño del formulario, logrando de esta manera muestras por conglomerados de edad y sexo. Las encuestas se aplican en el hogar (vivienda) y no se solicitan datos de identidad tales como nombre, teléfono dirección, etc. (no es obligatorio).

2.3.2.1.1.2.1. Tipología de la muestra

Existen cuatro tipologías que están en función del tamaño de la muestra y deben ser aplicadas dependiendo del sector donde se realiza la encuesta, esta a su vez, cumple con la asignación de sexo y edad que ayuda al encuestador a identificar a las personas que debe encuestar.

	D	
Rangos de edad	Hombre	Mujer
16 a 19	1	
20 a 29	1	2
30 a 44	1	1
45 a 59	2	1
60 y más		1
Total	5	5

	E	
Rangos de edad	Hombre	Mujer
16 a 19		1
20 a 29	2	1
30 a 44	1	1
45 a 59	1	2
60 y más	1	
Total	5	5

	F	
Rangos de edad	Hombre	Mujer
16 a 19	1	
20 a 29	1	1
30 a 44	2	2
45 a 59	1	1
60 y más		1
Total	5	5

	G	
Rangos de edad	Hombre	Mujer
16 a 19		1
20 a 29	1	1
30 a 44	2	2
45 a 59	1	1
60 y más	1	
Total	5	5

La tipología de la muestra nos sirve tanto como control de implementación del formulario, como representación poblacional de la muestra, ya que estas tipologías cumplen con la distribución real de la curva de edad en el Ecuador como ya se había mencionado, de tal forma que la mayor cantidad de encuestas se realizarán a los grupos de edad de entre 30 y 44 años, luego de lo cual estarán los grupos de 20 a 29 años y 45 a 59 años en una distribución equitativa, y finalmente los grupos de edad de entre 16 a 19 años y los de 60 años o más que son los grupos más pequeños.

La asignación de las tipologías se las realiza en base al número de encuestas a realizarse y el lugar en donde se realizan, de esta manera se garantiza la representatividad de la muestra en base a la realidad de cada sector .Cada tipología tiene una cuota de 10 encuestas lo que significa que a cada formulario se le asignará una tipología distinta.

2.3.2.1.1.2.2. Cálculo de la muestra

Para el cálculo del tamaño muestral se utiliza la siguiente fórmula³³:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{e^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

n : Tamaño de la muestra

Z_{α}^2 : Es el estadístico para determinar el nivel de confianza

e^2 : Es el error estimado

P : Es la proporción de elementos en la población con una característica específica

Siguiendo los estándares estadísticos, en muestras para diseños de investigación sin una estimación previa (como la prevalencia anterior de una enfermedad, etc.) la proporción menos favorable o más conservadora se determina en 50% o 0,5. Tomando el estadístico Z_{α} como 1,96 para un nivel de confianza de 95%, la norma general para el cálculo de tamaños muestrales en encuestas sociales y de hogares, se aplicó esta formulación, tomando como N a la población objetivo de cada estudio. Para encuestas nacionales, la población N es la población ecuatoriana mayor de 16 años. Para otro tipo de encuestas, la población N se toma del segmento poblacional requerido según el censo, para casos de estudios provinciales, se utiliza la información censal para la provincia.

³³ VIVANCO, Manuel. *Muestreo Estadístico, Diseño y Aplicaciones*, pág. 62

2.3.2.1.1.2.2.1. Procedimientos de estratificación

Para las encuestas nacionales, se realizan dos etapas de estratificación de la muestra.

Se entiende por estrato la distribución de la muestras según segmentos proporcionales, mutuamente excluyentes, derivados de características inherentes y homogéneas de la población, con lo que se contribuye a hacer de la muestra lo más parecido a la distribución de la población real.

Los estratos tenidos en cuenta en la distribución de las muestras de encuestas nacionales son: la distribución de la población según las provincias y dentro de cada provincia, la distribución de la población según la zona (urbano/rural).

Cada estratificación constituye distribuciones mutuamente excluyentes, como por ejemplo, los habitantes de una provincia entrevistados en la misma, no pueden pertenecer a otra al mismo tiempo, de la misma forma que no se puede estar en una zona urbana y en una rural a la vez.

El cálculo del peso de cada estrato dentro de la muestra se realiza según el siguiente procedimiento: cada estrato de una estratificación representan un segmento poblacional N_i del total N de la población, de forma tal que representa una proporción de la forma

$$W_i = \frac{N_i}{N}$$

Siendo W_i el peso relativo al total de cada estrato. Así, el peso de una provincia particular dentro de una muestra nacional se calcula identificando la proporción entre la población de la provincia y la población total de la suma de provincias incluidas en el estudio.

A su vez, dentro del total de la población de cada provincia, se aplica una estratificación según zona, aplicando una proporción similar, en la siguiente fórmula³⁴:

$$W_{iUrbano} = \frac{N_{iUrbano}}{N_i}$$

Siendo $N_{iUrbano}$ el total de la población urbana dentro de la provincia. De manera similar se aplica para calcular el peso rural de la población dentro de la población de la provincia.

Para calcular la distribución dentro de la muestra, se aplican las dos estratificaciones:

1. $n_i = W_i \cdot n$, siendo n_i el tamaño de la muestra n correspondiente a cada provincia i
2. $n_{iUrbano} = W_{iUrbano} \cdot n_i$, siendo $n_{iUrbano}$ el tamaño de la muestra n_i correspondiente a la población urbana de cada provincia i (igualmente se aplica a la población rural).

De esta forma se obtienen k estratos, correspondientes a todas las provincias y, dentro de cada una de ellas, a los dos estratos por zona.

2.3.2.1.1.2.2. Selección de la muestra por conglomerados

En la medida en que no se posea una lista de cada uno de los habitantes del país debidamente identificados, la mejor forma de seleccionar sujetos o unidades muestrales es a través de conglomerados o unidades geográficas o

³⁴Ibid, pág. 71

de otro tipo, suficientemente heterogéneos en su interior para garantizar diversidad en la muestra. La empresa cuenta con el padrón electoral 2011, cuya mayor desagregación es a nivel parroquial, asignado a cada parroquia del Ecuador la población correspondiente, por lo que el conglomerado que se usa es la parroquia, donde podemos encontrar personas de ambos sexos y de todas las edades.

Así, luego de determinar el tamaño muestral de cada estrato, éstos se redondean al múltiplo de 10 más cercano. Posteriormente, se aplica el procedimiento de selección denominado Probabilidad Proporcional al Tamaño o PPT, donde en cada estrato se seleccionan aleatoriamente las parroquias o conglomerados, pero asignando mayor probabilidad de selección a las parroquias con mayor población. De esta forma se logra que haya mayor representación de las parroquias más grandes o densamente pobladas, pero por la aleatoriedad del procedimiento siempre son seleccionadas también parroquias más pequeñas.

Finalmente, el redondeo a múltiplos de 10 se realiza para aplicación de tipologías, o agrupaciones de 10 individuos cumpliendo cuotas de sexo y grupos de edad. Manejamos 4 tipologías, asignadas a cada grupo aleatoriamente, con el fin de obtener muestras cuya distribución de sexo sea equitativa y cuya distribución por grupos de edad cumpla una distribución normal.

2.3.2.1.1.2.2.3. Margen de error

Es una medida estadística de variación o de incertidumbre, asociada con cualquier resultado de una encuesta y se debe a que no se mide a toda la población de interés. Es decir, hay una probabilidad de que los hallazgos de

la encuesta tengan un error, incluso muy pequeño, simplemente porque se seleccionó una muestra de la población y no su totalidad³⁵.

Está también relacionada que ninguna medición puede ser precisa, y en este caso es directamente proporcional al hecho de que no todas las personas dicen la verdad al momento de responder a una pregunta.

El margen de error, como su palabra lo indica, muestra el margen o escala de imprecisión por cada pregunta en una encuesta dentro de una muestra determinada, así, si tenemos un margen de error de $\pm 4\%$, para cada pregunta existirá este margen de variación en las respuestas, por ejemplo:

P: ¿Usted festejó el triunfo de la selección ecuatoriana de fútbol en su última participación?

R: Sí (62%)
No (18%)
No vio el fútbol, no le gusta (10%)

Para los que respondieron “Sí” que es el 62% de la población encuestada existe un margen de error de 4% hacia arriba y hacia debajo de este porcentaje,

$$\begin{array}{ccccc} 58\% & & 62\% & & 66\% \\ - & \text{-----} & \times & \text{-----} & + \end{array}$$

Es decir, que al trasladar la respuesta a la opinión real de la población, se puede indicar que entre el 58% y 66% del universo de estudio festejó la victoria de la selección

Es por tanto el margen de error, la variable de significación muestral que determinará dentro de la encuesta, en cada pregunta, el nivel de precisión de las respuestas al trasladarlas a la población real, o universo del estudio.

2.3.2.1.2. Preparación

³⁵ BARBBIE, Earl, *The Practice of Social Research* “La práctica de la investigación social”, (Wadsworth Publishing Co., Belmont, California 1979).

Este proceso da cuenta de la etapa de preparación de un formulario de encuesta antes de ser usado en el campo, así como también el reclutamiento y capacitación del personal que levantará la información en el campo (encuestadores), y la preparación de los materiales a ser usados en el trabajo de campo.

En esta etapa del ciclo de encuestas es en donde se valida el uso de un formulario, la factibilidad de aplicación, la correcta formulación de las preguntas, el uso adecuado de los códigos de respuestas, la validación de las opciones de respuestas, saltos e instrucciones, entre otras. Todo esto es verificado previamente a la capacitación del personal que realizará la encuesta, pero en este momento de capacitación también pueden generarse modificaciones al formulario y de igual forma al momento de realizar el pre-test de aplicación del formulario, el cual garantizará la aplicabilidad del mismo.

2.3.2.1.2.1. Revisión

Una vez diseñado el formulario se procede a la revisión del mismo tomando en cuenta los siguientes aspectos y criterios de revisión:

- **Formulación de preguntas.-** Las preguntas deben ser formuladas de manera que no puedan sesgar la información proporcionada por los encuestados y deben ser descritas de manera clara, usando correctamente los signos de puntuación de tal manera que al ser leídas al encuestado, puedan ser entendidas con facilidad.
- **Códigos de respuesta.-** Para las preguntas cerradas y semiabiertas usamos códigos de respuestas para cada alternativa de respuesta, estos códigos no deben repetirse en su numeración y se debe asegurar que las alternativas de respuestas satisfagan completamente a la pregunta.
- **Casilleros de registro.-** Los casilleros de registro de respuestas deberán contener el número exacto de columnas en base al número de preguntas que existan en cada hoja del formulario, y se debe

asegurar que la numeración de las preguntas correspondan a la numeración de los casilleros de registro. De igual manera se deberá revisar que para las preguntas semiabiertas y abiertas, el espacio de las columnas de los casilleros sean suficientemente anchos como para que el encuestador pueda registrar la respuesta textual del encuestado. Se debe propender a que los casilleros de registro tengan un tamaño estándar, pero para el caso del registro de preguntas semiabiertas o abiertas varíaran en base al tipo de pregunta y al espacio que se disponga en la hoja.

- Saltos e instrucciones.- Las preguntas concatenadas o condicionadas deberán tener las instrucciones adecuadas para el correcto seguimiento por parte del encuestador, de esta manera se deberá especificar correctamente a que pregunta se debe saltar, por qué razón una pregunta puede o no realizarse, el código que dicha condición lo prohíbe, etc. De igual forma las preguntas que no se realicen por alguna condición deberán contener el código respectivo para su registro (98).
- Especificidades técnicas.- En algunos casos, el formulario contendrá temáticas específicas de estudio para lo cual habrán modificaciones al formato general del formulario como por ejemplo, registro de valores (moneda), tiempos (hh:mm:ss), respuestas múltiples, en los que los casilleros de respuestas pueden dividirse, o tener un registro único como los dominios de aplicación, etc., que deben tomarse en cuenta para la revisión del formulario, como para la capacitación de los encuestadores.
- Las tarjetas de apoyo también serán revisadas en su formato y estructura, verificando que la pregunta sea la misma a la que corresponde, revisando que las alternativas de respuestas correspondan a la formulación de la pregunta, que no tengan los códigos de respuestas y estén únicamente las alternativas que se quiere mostrar al encuestado.

2.3.2.1.2.2. Capacitación

La capacitación de los encuestadores sobre la temática de investigación, el manejo del formulario, la instrucción de su uso y los materiales como tarjetas de apoyo, es parte integral del ciclo de encuestas y fundamental previo al trabajo de campo, ya que los encuestadores son la fuerza fundamental de la complementación de este trabajo y de la ejecución de un estudio, por esta razón es que la capacitación toma tanta importancia para la elaboración de una encuesta.

En la capacitación se tomarán en cuenta todos los puntos anteriormente mencionados sobre la revisión del formulario, la correcta lectura de las preguntas, el buen uso de los códigos, el acatamiento a las instrucciones del formulario y los saltos de preguntas. Y es que la capacitación también servirá como un filtro de revisión del formulario, y al hacerlo con los encuestadores, estos podrán acotar con su experiencia en el trabajo de campo para algunos puntos específicos.

Los temas principales a tomar en cuenta en el momento de la capacitación son los siguientes:

- Se empezará con una breve introducción del objetivo que busca el estudio, sobre todo, a quien está dirigida la encuesta, la temática de la encuesta y la importancia de los datos recopilados.
- Todos los formularios tienen al principio una explicación filtro que explica a quien está dirigida la encuesta acompañado de una introducción de quien realiza la encuesta.
- Se les debe recordar lo que se explicó anteriormente en el diseño del formulario, acerca de que las preguntas están expuestas en negrita y con mayúsculas y sólo esto es lo que se le debe leer al encuestado, mientras que en minúsculas, subrayado o entre paréntesis están las guías y explicaciones para el encuestador, que les servirán como apoyo al momento de realizar la encuesta.

- En el momento de la capacitación, todos los encuestadores participarán en la lectura de las preguntas, y se irá llenando el formulario como un ejercicio de aplicación, a la vez que se van formulando las preguntas.
- Es necesario hacer hincapié en los temas de mayor importancia para la encuesta, en cómo están formuladas estas preguntas y los códigos específicos de estas preguntas.
- Recordar en cada pregunta, si es que tiene alguna instrucción especial, si hay saltos debido a un condicionamiento, o si es una repregunta, para que los encuestadores entiendan el porqué de estas condiciones para evitar errores involuntarios o mecanizados.

Para la capacitación, el coordinador deberá encontrar un lugar con las condiciones básicas necesarias para la realización de una capacitación sobre el tema de estudio a ser tratado y sobre cómo debe ser llenado el formulario con respecto a las necesidades del estudio. Para la realización de esta capacitación, el coordinador puede valerse de este manual de procesos como una herramienta de apoyo, con respecto al llenado del formulario.

En la capacitación a los encuestadores, también se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos importantes:

- Las encuestas se realizan en la mañana y en la tarde, debe respetarse las instrucciones sobre el número, edad y sexo de las personas que deben encuestarse, ya que una variación afecta al análisis de la información.
- Las encuestas se realizan en los hogares, no en la calle, es decir que el encuestador acude a los hogares de las personas y solicita su ayuda para la realización de la encuesta.
- Las preguntas se leen textualmente, aunque se puede emplear un vocabulario más coloquial, cotidiano para que el entrevistado se involucre rápidamente y colabore eficazmente.

- Las opciones de respuestas no se leen a excepción de las cerradas y se debe utilizar bien los instrumentos como las tarjetas que se adicionan.
- Entender a los encuestados, por lo general los encuestados no responden lo que se les consulta, no debe inducirse la respuesta. El encuestador es un investigador, por tanto busca interpretar fielmente lo que quiso decir el entrevistado.
- Usar letras y números claros y de trazo sencillo

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
U	V	W	X	Y	Z				

Una vez terminada la capacitación se revisará nuevamente el formulario en virtud de que pudieron haber surgido cambios o sugerencias a la estructura del formulario.

2.3.2.1.2.3. Pre-test

El formulario debe ser puesto a prueba antes de ser enviado al campo para su aplicación. El *Pre-test* ayudará a identificar posibles errores con respecto a la formulación de las preguntas, códigos erróneos (faltantes o innecesarios), casilleros muy pequeños o demasiado grandes para anotar preguntas abiertas o semiabiertas, correspondencia entre el número de casilleros con el número de preguntas por cada página, o cualquier otra alteración que pueda sufrir el formulario antes de ser aplicado en el campo.

Para la realización de un *Pre-test* se recomienda hacerlo a personas que se encuentren dentro del grupo tipológico que requiere la muestra y se deben realizar entre tres a cinco encuestas (dependiendo del número de preguntas del formulario) para poder obtener una correcta verificación de la aplicabilidad del formulario.

Es importante en el pre-test del formulario, poner a prueba todos los conocimientos y recomendaciones recibidas en la capacitación, siguiendo al pie de la letra las instrucciones del formulario, para poner a prueba la aplicabilidad de las mismas.

Durante el pre-test del formulario, el encuestador podrá registrar junto al formulario todas las observaciones presentadas en esta puesta a prueba de la encuesta, detallando cada observación levantada, señalando si se trata de la elaboración de la pregunta, el entendimiento de la misma por parte de los encuestados, los códigos, casilleros de respuesta, o con alguna de las tarjetas de apoyo

Finalmente y después de la realización de este pre-test, el formulario de la encuesta entrará a una revisión final, para posteriormente elaborarse una versión final y preparar el material necesario para el inicio del trabajo de campo y puesta en marcha de la encuesta.

2.3.2.1.2.4. Materiales

Ya listos y revisados los materiales como son: formularios, tarjetas de apoyo, tipología y muestra. El Coordinador Nacional de operativos de campo, es el encargado de hacer llegar este material a todos los coordinadores y supervisores provinciales con un día de anticipación al trabajo de campo. Una vez que estos materiales hayan sido receptados en los lugares donde se vaya a realizar el estudio según la muestra, cada coordinador con la colaboración de los supervisores, deberán entregar los materiales a los encuestadores para poder realizar la capacitación.

2.3.2.1.3. Campo

El trabajo de campo es la parte base de los estudios de investigación, en el caso del proceso del ciclo de encuestas, comprende el motor de los procesos ya que depende de este el resultado final de la encuesta.

El trabajo de campo inicia con la segmentación de la muestra del universo de estudio con su debida asignación de tipología, para cada uno de los encuestadores, esto con la finalidad de que cada encuestador conozca sobre su carga de trabajo y los lugares en donde realizará su trabajo. De esta manera el encuestador tendrá a su cargo entre 20 y 40 encuestas diarias, dependiendo del tamaño de la muestra y el número de preguntas y el tipo de estudio.

2.3.2.1.3.1. Asignación de la carga de trabajo

La coordinación nacional envía a los coordinadores provinciales (a los lugares en donde se realice la encuesta) la muestra que corresponde a cada provincia para que ellos, a la vez, puedan segmentar a la misma de manera que asignen a cada encuestador su carga de trabajo para el día o los días establecidos para el levantamiento de la información.

La asignación de la carga de trabajo se la realizara dependiendo del número de encuestas a realizarse y el número de encuestadores, por ejemplo si se realizan 400 encuestas, en dos días de trabajo que generalmente es el tiempo de trabajo establecido por la empresa, se dividirán 200 encuestas para cada día, y tomando en cuenta que un encuestador podrá realizar como máximo 40 encuestas diarias, lo cual también variará dependiendo del número de preguntas que tenga un formulario, se necesitaran por tanto 5 encuestadores.

Por tanto, para determinar la asignación de la carga de trabajo de los encuestadores, se tomarán en cuenta las siguientes condiciones:

- Número de encuestas
- Número de preguntas del formulario
- Número máximo de encuestas a realizar en un día
- Número de días de trabajo

Tabla 1: Muestra (Pichincha)

PICHINCHA	QUITO	BENALCAZAR	40	U
PICHINCHA	QUITO	CHILLOGALLO	40	U
PICHINCHA	QUITO	COTOCOLLAO	40	U
PICHINCHA	QUITO	CALDERON	20	R
PICHINCHA	QUITO	CONOCOTO	20	R
PICHINCHA	QUITO	SAN MARCOS	20	U
PICHINCHA	QUITO	SANTA PRISCA	20	U
PICHINCHA	QUITO	CUMBAYA	10	R
PICHINCHA	QUITO	GONZALEZ SUAREZ	10	U
PICHINCHA	QUITO	LA LIBERTAD	10	U
PICHINCHA	QUITO	LA MAGDALENA	10	U
PICHINCHA	QUITO	VILLA FLORA	10	U
PICHINCHA	CAYAMBE	AYORA	10	U
PICHINCHA	CAYAMBE	CAYAMBE	20	U
PICHINCHA	CAYAMBE	CANGAHUA	10	R

El número de casos de la muestra y el número de preguntas del formulario así como la prioridad de cada estudio determinan el número de días de trabajo.

Para realizar la segmentación muestral, el coordinador provincial debe tener conocimiento del territorio donde se realizará el trabajo de campo. Para esto, se divide a la muestra de forma equitativa, por parroquias y por zona (urbana o rural), tratando de mantener un equilibrio en la asignación de casos, y la distancia territorial. Así, a cada encuestador se le asignará diariamente una carga de trabajo de entre 20 y 40 encuestas como se había mencionado

Ejemplo:

Encuestador N° 1

Provincia	CANTON	PARROQUIA	No	ZONA
PICHINCHA	QUITO	CHILLOGALLO	20	U
PICHINCHA	QUITO	VILLAFLORA	10	U
PICHINCHA	QUITO	MAGDALENA	10	U

Provincia	CANTON	PARROQUIA	No	ZONA
PICHINCHA	CAYAMBE	OLMEDO	10	R
PICHINCHA	CAYAMBE	CAYAMBE	20	U

2.3.2.1.3.2. Supervisión

La Supervisión tiene como objetivo principal, garantizar que el trabajo de campo desarrollado por los encuestadores se lleve a cabo de acuerdo con la metodología y los parámetros de trabajo establecidos, con el fin de lograr encuestas veraces y de alta calidad informativa.

La eficiencia y eficacia de la supervisión, depende del dominio de los aspectos conceptuales y metodológicos de la encuesta, de la iniciativa y rapidez de respuesta para dar solución a los problemas que se presenten, el liderazgo que se logre dentro del grupo y de la capacidad de organización. Se requiere, por lo tanto, que maneje a la perfección los formularios, manuales e instrumentos de apoyo para el trabajo de campo, una permanente actitud de análisis de los problemas y de las alternativas de solución y un seguimiento sistemático del proceso de recolección de datos.

2.3.2.1.3.2.1. Acompañamiento de campo

El acompañamiento a los encuestadores es de suma importancia, para efectos de determinar el correcto uso del formulario, el manejo de los conceptos y la formulación de las preguntas del cuestionario, así como para detectar y corregir oportunamente posibles fallas en la aplicación de las encuestas.

Para un correcto acompañamiento en el trabajo de campo, el supervisor deberá establecer una ruta de seguimiento, para lo cual deberá considerar los siguientes aspectos:

- Distancia entre un encuestador y otro
- Acceso y tiempo de movilización
- Disponibilidad de recursos
- Tiempo de duración de la encuesta
- Carga de trabajo de los encuestadores
- Desenvolvimiento de trabajo de los encuestadores
- Estado del tiempo (clima)

Se recomienda que, si dentro del grupo de investigación hay un nuevo integrante, se debe hacer un acompañamiento especial exclusivamente con esa persona. Este acompañamiento exclusivo puede reforzar a aquellas personas en las que se detecten ciertas fallas en la realización o cumplimiento de su trabajo.

Durante la encuesta, el supervisor debe hacer el seguimiento de la encuesta con un formulario sin diligenciar a la mano, para que de esta manera pueda tomar nota de los mismos datos que un encuestador esté recolectando y no debe intervenir o interrumpir al encuestador en ningún caso. Concluida la visita, se le explicará al encuestador las fallas observadas en el caso de que estas existan y se reforzará la instrucción sobre la forma correcta de cómo llevar a cabo la encuesta y registrar las respuestas. Si la solución de los problemas observados no está al alcance del supervisor/a, o si el encuestador no las atiende, éste informará de inmediato al coordinador provincial y a su vez a la coordinación nacional para que adopte las medidas pertinentes.

2.3.2.1.3.2.2. Revisión y evaluación

Una vez completada la jornada diaria de trabajo, los formularios llenados de cada encuestador son entregados al supervisor, de esta manera, podrá revisar y verificar que cada formulario se haya realizado en su totalidad y pueda detectar cualquier irregularidad en el llenado de los formularios. La revisión se aplica a todos y cada uno de los formularios.

Se debe tomar en cuenta también que durante la jornada diaria de trabajo en el acompañamiento a los encuestadores, también se puede realizar la revisión y evaluación de los formularios que el encuestador haya trabajado hasta ese momento. De esta manera se podrá resolver errores al tiempo del trabajo de campo y evitar que estos errores sean consecutivos, de igual forma dará cuenta de la calidad del trabajo recopilado por cada encuestador, a la vez que servirá como filtro de la información levantada para verificar la veracidad de esta información.

Como se mencionó anteriormente sobre el trabajo principal de encuestas que tiene la empresa mediante el programa Opinión Pública Ecuador, y en relación a que esta ocupa la mayor parte del trabajo de encuestas, se deberá tomar en cuenta que los pasos que se explican a continuación hacen referencia a este programa, pero también es importante mencionar que los detalles de estos procesos son aplicables para cualquiera sea el caso de investigación tomando en consideración por supuesto las características de cada caso.

La mejor manera para hacer la revisión de un formulario es la siguiente:

Primer Paso: La primera verificación de trabajo realizado, es el control de tipología de la muestra, es decir, cada formulario tiene una tipología a ser cumplida como se explicó en el acápite correspondiente. El encuestador debió haber realizado 5 encuestas a hombres y 5 encuestas a mujeres de

los grupos de edad que correspondan a esa tipología, por tanto esta verificación se la puede hacer al instante revisando los códigos de sexo y edad, y compararlos con los del cuadro de tipología que se encuentra bajo la parte inferior derecha de la cuadrícula de respuestas de la primera hoja.

Ejemplo:

Ilustración 5: Revisión de tipologías

	1	2	3	4	5	6
1	1		1			
2	1		3			
3	2		2			
4	1		2			
5	2		2			
6	2		5			
7	2		4			
8	1		4			
9	1		4			
10	2		3			

Ejemplo 1: En el grupo de mujeres debe existir dos que correspondan al segundo grupo de edad

Ejemplo 2: En el grupo de hombres debe existir dos que correspondan al cuarto grupo de edad

SUPERVISOR: _____ ENCUESTADOR: _____

BUENOS DÍAS/TARDES. GRACIAS POR ACEPTAR RESPONDER A ESTA ENCUESTA. ESTE ESTUDIO SE REALIZA EN TODO EL PAÍS, PARA RECOGER LAS OPINIONES SINCERAS DE LOS CIUDADANOS DE MANERA ANÓNIMA, POR ESO NO LE PEDIMOS SU NOMBRE.

Sociodemográficos

1. SEXO

1. Hombre

2. Mujer

2. EDAD (anotar en número de años)

3. GRUPO DE EDAD (no preguntar)

1. De 16 A 19 años

4. De 45 o 59 años

2. De 20 a 29 años

5. De 60 años y más

3. De 30 a 44 años

4. NIVEL DE EDUCACIÓN

1. Ninguno

4. Superior-universitaria

2. Básica-primaria

5. Técnica-Artesano

3. Bachillerato-secundaria

5. NIVEL SOCIOECONÓMICO (por observación de condiciones de vivienda e individuo)

1. Alto/medio alto

3. Medio Bajo

2. Medio

4. Bajo

6. ¿CÓMO SE CONSIDERA: INDÍGENA, BLANCO, MESTIZO, AFROECUATORIANO, MULATO, U OTRO?

1. Indígena

3. Mestizo

5. Mulato

2. Blanco

4. Afroecuatoriano, negro

6. Otro

Tipología:		
Edad	Hombre	Mujer
16-19	1	
20-29	1	2
30-44	1	1
45 a 59	2	1
60 y más		1
Total	5	5
FIRMA DE SUPERVISOR		

Elaborado por: Andrés Pazmiño. Técnico de proyectos (El Autor)

Segundo Paso: Hay que verificar que cada columna contenga registrados únicamente los códigos que corresponden a la pregunta de esa columna y únicamente esos códigos, es decir, si una pregunta tiene códigos de respuesta del 0 al 5, no puede haber en esa columna ningún número mayor al 5.

El código 0 Nsc. (no sabe no contesta) es aplicado para las personas que no dan una respuesta correcta o cuando la respuesta no tiene lógica con la pregunta realizada, o que simplemente no sabe cómo contestar a esa pregunta. Por tanto este es un código común en las encuestas, pero ciertas preguntas tendrán la instrucción exclusiva de que este código no sea registrado, por tanto esta es otra observación importante al momento de revisar un formulario.

Tercer Paso: Una forma eficaz de verificar si una encuesta ha sido realizada correctamente, es la comprobación de los saltos en las preguntas. Esto sucede solo y exclusivamente para las preguntas dependientes o encadenadas. Como se mencionó en el acápite correspondiente, las preguntas encadenadas tienen el código 98 no aplica, esto es, si una pregunta dependiente que contiene en sus alternativas de respuesta el código 98, debe ser registrado de acuerdo a la instrucción de la pregunta. Es decir, si la pregunta tiene la instrucción de saltar a una nueva pregunta, todos los casilleros de la pregunta saltada no pueden estar vacíos y en su lugar debe estar registrado el código 98 no aplica. O si la pregunta depende de otra anterior tendrá la instrucción de realizar esta pregunta según esa condición y a quienes no se les pregunte por no cumplir esta condición, también deberán saltar la pregunta actual registrando el código 98.

Ejemplo:

Ilustración 6: Revisión de saltos

	11	12	13	14
1	1	1		
2	1	2		
3	2	98		
4	0	98		
5	2	98		
6	1	2		
7	2	98		
8	0	98		
9	1	0		
10	1	1		

Quienes contestaron no conocer de nuevos proyectos, no pueden contestar la siguiente pregunta. Por tal razón se registra el código 98 ya que esta pregunta no se aplica a esa persona

11. ¿TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LOS NUEVOS PROYECTOS DEL CONSEJO PROVINCIAL?

- 1. Sí
- 2. No (salto pregunta 13)
- 0. Nsc (salto pregunta 13)

12. A LOS QUE CONTESTARON SI ¿PUEDE MENCIONAR UN PROYECTO QUE USTED RECUERDE?

- 1. Seguridad.
- 2. Vialidad
- 0. Nsc
- 98. No aplica

Elaborado por: El autor

A nivel nacional, la empresa cuenta con 1 coordinador nacional, 10 coordinadores y supervisores provinciales y más de 100 encuestadores en todo el país

2.3.2.1.3.2.3. Responsabilidades

2.3.2.1.3.2.3.1. Del Coordinador Nacional

- Proveer de toda la información y material a las provincias
- Segmentación de la muestra a nivel nacional
- Verificación trabajo realizado por los coordinadores provinciales
- Asistencia directa a las provincias para capacitación, verificación y control
- Está a cargo del personal a nivel nacional
- Toma de decisiones laborales del personal a su cargo
- Selección del Personal (coordinadores provinciales)
- Todas las responsabilidades del Coordinador Provincial

2.3.2.1.3.2.3.2. Del Coordinador Provincial

- Selección del Personal (encuestadores)
- Identificación del lugar para la capacitación
- Capacitación sobre el llenado del formulario (dependiendo del tema)
- Identificación y asignación del lugar de trabajo y carga de trabajo
- Envío del material revisado (formularios)
- Administrar los fondos económicos para la realización de tareas
- Supervisión

2.3.2.1.3.2.3.3. De la supervisión

- Verificación de levantamiento de información en lugar asignado
- Control de dispersión de la muestra

- Apoyo a los encuestadores en el trabajo de campo (situaciones emergentes)
- Solucionar problemas al momento de suscitarse
- Revisión y control de formularios
- Elaboración de informe de trabajo del personal asignado

2.3.2.1.3.2.3.4. Del Encuestador

- Identificación del encuestado de acuerdo a la tipología de la muestra
- Levantamiento de información en el lugar asignado
- Cumplimiento de la carga de trabajo asignada
- Llenado de formulario con letra imprenta mayúscula en caso de las preguntas abiertas y números comprensibles (códigos)
- Dispersión en la zona de trabajo para la realización de las encuestas
- Comunicar a su supervisor sobre cualquier novedad o inconveniente resultante del formulario o del trabajo en el campo.

2.3.2.1.4. Procesamiento

En este proceso del ciclo de encuestas es en donde la información recabada en el trabajo de campo mediante los formularios de encuesta son ingresados en una base de datos digital para posteriormente pasar por un nuevo filtro de verificación de los datos, codificarlos y finalmente procesarlos para contar con información estadística, que luego nos servirán para el análisis del estudio realizado y obtener las conclusiones y recomendaciones orientadas al objetivo principal del estudio.

2.3.2.1.4.1. Digitación

Esta es la primera actividad de este proceso, y se basa específicamente en la digitalización de la información que viene del trabajo de campo en formularios físicos y transformar toda esta información en una base de datos digital con la cual se podrá posteriormente trabajar para continuar con el resto del procesamiento de la información.

La digitación empieza con la recepción de los formularios físicos de encuestas que vienen de los distintos lugares en donde se realizaron las encuestas, para esto, previamente cada coordinador envía el material de su lugar de trabajo (provincia). Subsiguientemente, los formularios son numerados en base a la muestra del universo de estudio proporcionado por el departamento estadístico, esto servirá para identificar a cada formulario físico y evitar confusiones entre sí, logrando una identificación por provincia, cantón, parroquia, zona y tipología de trabajo.

Para el subproceso de digitación se requiere contar con los formularios físicos numerados, como se dijo en el párrafo anterior, y en dependencia del número de encuestas realizadas habrá un número de digitadores encargados del ingreso de la información.

La base de datos en donde la información es registrada, se encuentra en un archivo de hoja de cálculo digital, en un formato básico que tiene similitud con las rejillas de ingreso de respuestas del formulario, ingresando la información de cada formulario (grupo de 10 encuestas) de manera horizontal y a continuación y hacia abajo cada formulario ingresado, resultando de esta manera en la hoja de cálculo, en cada columna las preguntas de la encuesta y en cada fila una encuesta.

Cada digitador tendrá una capacitación previa al ingreso de la data, en la que constarán los siguientes puntos generales:

- El ingreso de la información a la base digital deberá ser exactamente igual a la información que consta en cada formulario físico.
- Para las preguntas semiabiertas y abiertas se digitará tal cual como está registrado en el formulario.
- Se propenderá a mantener la lógica de la pregunta con la respuesta registrada en el formulario en el caso de no entender la escritura del encuestador.
- No se podrá resumir o acortar una respuesta en el ingreso de la información, ni tampoco se podrá concluir o deducir algo a criterio del digitador, cualquier duda deberá ser consultada con el técnico responsable del estudio.
- El ingreso de la información se la realizará por conjunto de datos, es decir por cada cuadrícula de respuestas que constan en cada hoja del formulario, así, ingresaran una hoja por vez de cada formulario.
- La digitación se la realizará de manera vertical, es decir por cada pregunta se digitaran las respuestas de las 10 encuestas y así progresivamente con cada pregunta.
- El digitador tiene la obligación de digitar correctamente toda la información de los formularios, entiendo la importancia de esa información y el esfuerzo que resultó de cada encuestador recolectar esa información.
- De igual manera tiene la responsabilidad de informar al técnico responsable del estudio de cualquier anomalía que puedan presentar los formularios.
- Al ser los digitadores quienes tienen el primer contacto con los formularios luego del trabajo y revisión en el campo, y al tener la disposición de digitar a calca los datos registrados en los formularios, tienen también la obligación de remarcar o señalar en la base digital las incongruencias de los datos con respecto a

códigos mal usados, que no correspondan o que simplemente respuestas que no tengan lógica con la pregunta, tomando en cuenta que los datos deben ser señalados pero no cambiarlos, para esto se rellenará la celda que contenga la información errónea de color rojo.

- Al final de su cuota diaria de trabajo, cada digitador deberá revisar su data para filtrar errores involuntarios, que de ser el caso deben ser contrastados con los formularios físicos. Esto también ayudará a encontrar errores de incongruencias como los mencionados antes, y de ser el caso en esta ocasión deberán ser señalados.

Una vez ingresada toda la información por cada uno de los digitadores, se creará una sola base datos juntando cada archivo generado por los digitadores, al final de esto se verificará que toda información se encuentre en esta base de datos general, comparándola con el número de encuestas estimadas en la muestra. La base de datos a parte de la información recopilada de la encuestas, también contendrá en nombre del digitador que ingreso la información, el nombre del supervisor provincial y el nombre del encuestador que realizó la encuesta, esto con la finalidad de identificar al responsable de cada encuesta y quien ingresó sus datos.

2.3.2.1.4.2. Depuración

Una vez la información fue ingresada en una base de datos digital, esta base de datos pasa a ser depurada por el departamento técnico y estadístico.

En el departamento estadístico la depuración tiene que ver específicamente con el correcto cumplimiento de la muestra y la tipología de la muestra en cada uno de los formularios. Cada formulario debe cumplir con una tipología que es realizada en una zona urbana o rural, en una parroquia, cantón y provincia asignada, de esta manera, la depuración tendrá que ver con que cada formulario ingresado corresponda a la información proporcionada en la muestra y asignada a cada encuestador por parte de su supervisor. En el

caso de encontrarse irregularidades en cuanto a estos datos, se recurrirá al formulario físico para verificar dicha información y comprobar que no sea un error de digitación y de no ser así, se recurrirá al supervisor a cargo del encuestador que pudo cometer el error de aplicación para verificar y constatar dicha información. Si el error es comprobado como falta por parte de la aplicación del encuestador, la encuesta deberá ser aplicada nuevamente, respetando la especificación de la muestra.

Por otro lado, el departamento técnico usará la data ya revisada por el departamento estadístico para realizar la depuración total de la data. Esta depuración consta básicamente de la revisión pregunta por pregunta de toda la información, validando los códigos de respuestas por cada pregunta, es decir, si una pregunta sólo tiene tres códigos de respuesta numerados del 1 al 3, pues las respuestas en toda la columna de esa pregunta deberán contener al menos esos tres códigos pero no más que esos, de tal manera que si en alguna pregunta se muestran códigos que no corresponden a la pregunta, estos deberán ser revisados comparando con los formularios físicos para verificar dicha información y comprobar si el error se produjo en el formulario al momento de aplicar la encuesta o fue un error de digitación. Como se detalló en el subproceso de digitación, los digitadores tienen la responsabilidad de notificar anomalías en la data y si el caso lo amerita, marcaran la casilla de la información errónea de color rojo, esto ayudará en la depuración de la base de datos ya que se podrá identificar a los errores que fueron cometidos en los formularios y no en el ingreso de la información.

2.3.2.1.4.3. Codificación

Por lo general y en dependencia de las necesidades del estudio se usan preguntas semiabiertas y abiertas en los formularios de encuestas, los mismos que son registrados textualmente por los encuestadores y son ingresados de la misma forma en la base de datos, y al igual que las preguntas cerradas que tienen códigos que identifican a las respuestas de

cada pregunta, es necesario codificar las preguntas semiabiertas y abiertas para identificarlas y separarlas por grupos.

Hay dos maneras de codificar este tipo de preguntas, la primera es dando a cada grupo de respuestas una única palabra o texto de identificación y la segunda es dándole un código numérico que los identifique. En los dos casos es necesario seguir los siguientes parámetros de codificación:

- Identificar el objetivo de la pregunta, o lo que busca recabar,
- Filtrar las respuestas que refieran a una misma idea,
- Revisar respuestas que pueden estar escritas o digitadas incorrectamente pero que pueden referir a una misma idea,
- Agrupar a las respuestas de acuerdo a su similitud,
- Si la pregunta es semiabierta, verificar si las respuestas textuales puedan corresponder a uno de los códigos preestablecidos,
- En dependencia de lo que se busque en cada pregunta, se propenderá ubicar a las respuestas en códigos que correspondan al contexto de esa pregunta.
- Si existen respuestas que por su significado no puedan ubicarse en ninguno de los códigos creados o preestablecidos, se creará un código que agrupe a todas estas respuestas denominado “otros”, siempre y cuando estas respuestas no superen el 2% del tamaño de la muestra.
- Tomar en cuenta que puede haber respuestas que por su significado pueden ser parte de un código, pero este mismo grupo de respuestas pueden ser suficientemente grandes como para formar un código aparte.

La codificación siempre estará enfocada en el objetivo específico que busca obtener cada pregunta, y por tanto cada pregunta tendrá un tratamiento distinto de codificación, siguiendo los parámetros anteriormente explicados por supuesto, pero siempre enfocados en encontrar y agrupar las respuestas

en el contexto de la pregunta, por ejemplo, si la pregunta refiere al principal problema del país, ubicaremos a todas las respuestas que hagan referencia a la delincuencia, como: ladrones, robos, asaltos, sicarios; en un solo código numérico o textual.

Si la codificación es textual, se deberán transformar todas las respuestas con diferentes textos pero que hacen referencia a una misma idea, a un solo texto. En el ejemplo anterior, se deberá transformar a cada una de las palabras a un solo texto llamado “delincuencia”. Pero si la codificación es numérica, lo cual es lo más recomendado ya que el 90% de la data es numérica, a la vez que es más fácil de codificar e identificar, se deberá crear un libro de códigos en un bloc de notas digital en el cual se registrarán los códigos numéricos asignados a cada grupo de respuestas con su identificación particular.

Ejemplo:

Si la pregunta refiera al principal problema en una muestra de 10 personas, es así como de vería la base de datos sin codificar, luego como sería la codificación de texto y la codificación numérica

Tabla 2: Ejemplo data (codificación)

Data sin codificar		Codificación textual		Codificación numérica	
No	v 11	No	v 11	No	v 11
1	Mucho ladrón	1	Delincuencia	1	1
2	Roban mucho	2	Delincuencia	2	1
3	Ladrones	3	Delincuencia	3	1
4	Impuestos	4	Otros	4	70
5	No hay trabajo	5	Desempleo	5	2
6	Los asaltos	6	Delincuencia	6	1
7	Falta Empleo	7	Desempleo	7	2
8	Sicariato	8	Delincuencia	8	1
9	No tiene trabajo	9	Desempleo	9	2
10	No hay luz	10	Otros	10	70

Elaborado por: El autor

En el libro de códigos se registran todos los códigos asignados a cada grupo de respuestas por cada pregunta codificada de la siguiente manera:

- Primero se identificará a la pregunta usando la siguiente nomenclatura que tendrá lógica con el programa que procesa la información:
 - val lab v11.- Lo cual hace referencia al valor de etiqueta de la variable número 11, por su abreviación en inglés (value label variable)
- Luego se registrará el número del código asignado a cada grupo de preguntas con la identificación de cada código entre comillas simples, de la siguiente manera:
 - 1 'Delincuencia'
 - 2 'Servicios básicos'
 - 70 'Otros'
- Si es necesario, para identificar a un código que tuvo variedad en su grupo de respuestas, se usará un paréntesis para enlistar las más mencionadas:
 - 2 'Servicios básicos (alcantarillado, alumbrado)'
 - 70 'Otros (vivienda, transporte, lluvias)'
- En el transcurso de la codificación se pueden identificar códigos que por su cantidad de respuestas pueden ser separados:
 - 2 'Alcantarillado'
 - 3 'Alumbrado público'
- Si un número de código es eliminado por alguna razón como por ejemplo fue separado o se unió a otro código, este código no necesariamente tiene que ser remplazado y podrá saltarse:
 - 1 'Delincuencia'
 - 3 'Alumbrado público'
- Finalmente se cerrará cada grupo de códigos por pregunta, con un punto al final del último código registrado.

Hay que recordar que a la par que se registra este libro de códigos se debe codificar en la base de datos, y todos los cambios que se hagan en la base de datos con respecto a la codificación debe ser registrada también en este libro de códigos, el cual será el único respaldo del trabajo realizado en la base de datos, ya que esta tendrá sólo información numérica.

2.3.2.1.4.4. Procesamiento

La base de datos completamente depurada es procesada en un sistema operativo de bases de datos llamada SPSS el cual es un programa estadístico informático muy usado en las ciencias sociales y las empresas de investigación de mercado, que por sus siglas en ingles significa Sistema de Procesamiento para Ciencias Sociales (Statistical Package for the Social Sciences)³⁶.

Este sistema nos permite ingresar la data con la información contenida proveniente de los formularios de encuestas posteriormente digitadas, codificadas y depuradas. El ingreso de la información se lo realiza mediante una exportación e importación de los datos de su archivo de origen a un archivo nuevo en spss. Además es necesario ingresar en este sistema la información de formulación de preguntas y códigos de respuestas que se usaron en el formulario de aplicación de las encuestas, esto es porque el sistema necesita conocer por cada pregunta las alternativas de respuestas registradas con sus respectivos códigos preestablecidos, así como los nuevos códigos creados en el libro de códigos, de esta manera se podrá empatar las respuestas registradas en la base de datos con las etiquetas que tienen estos códigos de respuestas.

³⁶ www.wordreference.com

El libro de códigos es ingresado en el sistema de procesamiento al igual que el formulario. El ingreso en el sistema tiene que ser pregunta por pregunta con sus respectivos códigos de respuestas y etiquetas para cada código, tal cual como está detallado en el formulario, y luego lo haremos con el libro de códigos, ingresando los códigos en sus respectivas preguntas.

Una vez la información esté ingresada, el programa desarrollará una sintaxis de todo el procesamiento de los datos, la cual podemos usar para hacer cambios de etiquetas, eliminar o aumentar opciones de respuestas, realizar cruces de variables, entre otras opciones que nos permite realizar este programa.

La base de datos procesada en este sistema arroja un juego de tablas estadísticas que muestran la información contenida en cada pregunta, cruzada con las variables principales sociodemográficas y socioeconómicas de la encuesta, las cuales nos ayudarán a la determinación de las variables más importantes o los datos más relevantes. En relación con el objetivo principal del estudio, se determinarán las variables de cruce que sean necesarias para que se muestren en las tablas estadísticas y en definitiva para el análisis de la información.

Las tablas estadísticas se corren una por cada pregunta y son identificadas con una etiqueta al inicio de cada tabla. Cada tabla tiene al lado izquierdo las variables de cruce, siendo estas las de mayor caracterización para el análisis de la encuesta, por lo general se usan las variables sociodemográficas y socioeconómicas de la población encuestada. Estas variables son ordenadas en base al número de pregunta al que corresponden, pero al principio de cada tabla y para facilitar el análisis y la preparación de la presentación de los datos se mostrará el total de los resultados por cada tabla y las variables de cruce que más ayuden para este fin.

Debajo del membrete de cada tabla, que corresponde al título de la pregunta, se encuentran los datos de la tabla expresados en valores porcentuales de

manera horizontal, haciendo referencia a las respuestas expresadas para cada variable de cruce. Las alternativas de respuesta por cada pregunta también están identificadas con sus respectivas etiquetas y serán ordenadas de izquierda a derecha según el tipo de pregunta; si son preguntas cerradas con valoraciones de respuestas, es decir, si tienen una escala de respuesta, los datos siempre serán ordenados de positivo a negativo; pero si los datos no tienen escalas de valor, estos serán ordenados de acuerdo al número de veces que las personas mencionaron determinada respuesta, así, las respuestas más mencionadas estarán en lado izquierdo y conformen vayan disminuyendo se irán ubicando hacia la derecha. Para ordenar estas respuestas, se tomará como base los valores del total de la tabla.

En la parte final del lado derecho de las tablas, se encuentran siempre los valores de frecuencias, que no son sino el valor porcentual de respuestas por cada grupo de variables de cruce, de esta manera, el total que es una única variable tendrá el 100%, en la variable de sexo, como se divide en partes iguales tendrá 50% de respuestas hechas por hombres y 50% por mujeres, y en cada caso del resto de variables mostrará cuantas personas respondieron a cada alternativa de respuesta por cada variable de cruce. En total, cada grupo de variables de cruce, sumará el 100%.

En el procesamiento de los datos, también se crea un juego de tablas que muestran las frecuencias de los datos de una manera más detallada. En la frecuencia total de los datos, tenemos pequeñas tablas que al igual que las tablas generales tienen una etiqueta que identifica a cada pregunta, pero en este caso lo hacemos con las variables de cruce, y por tanto tendremos una tabla por cada variable de cruce, mostrando en el lado derecho las alternativas de respuesta de estas variables. En el interior de cada tabla se detallara; primero la frecuencia, que es el número de personas que respondieron a cada alternativa de respuesta; luego está el porcentaje, que es el valor porcentual que representa a ese número de personas; luego estará el porcentaje válido que hace referencia al porcentaje de cada

alternativa respecto del valor total de personas que respondieron esa pregunta; y finalmente el porcentaje acumulado, que es la suma de cada porcentaje por alternativa de respuesta, hasta darnos el 100%.

También se corren frecuencias por el resto de preguntas, en donde podemos ver todos los valores de frecuencia y porcentual por cada pregunta de manera individual y sin variables de cruces. Esto también ayuda a la determinación de una correcta depuración de la data.

En las tablas de frecuencias, el formato de detalle es el mismo y lo que cambia son las etiquetas de las respuestas a la derecha y los valores.

Finalmente las tablas y las frecuencias son exportadas a archivos de hojas de cálculo para poder trabajarlas y manipularlas de mejor manera para el análisis de los datos y la preparación de los gráficos estadísticos. Las frecuencias y las tablas se encontrarán en un mismo archivo de hoja de cálculo separadas en hojas de trabajo o pestañas.

Tabla 3: Tabla de frecuencias

6. GRUPO DE EDAD					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 16 a 19 años	59	10,0	10,0	10,0
	De 20 a 29 años	146	24,7	24,7	34,7
	De 30 a 44 años	181	30,7	30,7	65,4
	De 45 a 59 años	145	24,6	24,6	90,0
	De 60 años y más	59	10,0	10,0	100,0
	Total	590	100,0	100,0	

Elaborado por: Alexander Amézquita
Fuente: Departamento estadístico

Tabla 4: Tabla estadística

		13. ¿CÓMO SE ENCUENTRA ESTA PROVINCIA, CON RESPECTO A AÑOS ANTERIORES?				
		Mejor	Igual	Peor	Nsc	Frecuencia
ZONA	Total	39	46	2	14	100
	Urbana	37	45	2	15	73
	Rural	43	47	0	9	27
4. SEXO	Hombre	42	40	3	15	50
	Mujer	35	51	0	13	50
6. GRUPO DE EDAD (no preguntar)	De 16 a 19 años	42	42	0	16	10
	De 20 a 29 años	33	48	2	18	25
	De 30 a 44 años	43	48	1	8	30
	De 45 a 59 años	40	43	4	13	25
	De 60 años y más	35	45	0	20	10
7. NIVEL DE EDUCACIÓN	Ninguno	57	33	0	10	2
	Básica-primaria	30	55	1	14	23
	Bachillerato-secundaria	43	42	2	13	56
	Superior-universitaria	37	48	0	14	13
	Técnica-Artesano	35	40	11	14	6
8. NIVEL SOCIOECONÓMICO	Bajo	48	41	0	12	2
	Medio Bajo	41	45	2	11	43
	Medio	37	47	1	16	53
	Alto/medio alto	43	29	29	0	1
9. ¿ESTE HOGAR RECIBE O RECIBÍA EL (BDH)?	Sí recibe BDH	37	52	2	10	24
	No recibe BDH	39	44	2	15	64
	Recibía pero le quitaron	43	45	0	12	12

Elaborado por: Alexander Amézquita
Fuente: Departamento estadístico

2.3.2.1.5. Análisis

El análisis de los datos es el paso final para la elaboración de un estudio de opinión, pero es el penúltimo paso del ciclo de encuestas.

Para el análisis de los datos, se usa toda la información recabada a lo largo del proceso del ciclo de encuestas, y principalmente las tablas estadísticas y de frecuencias, más ciertos datos que pueden servir para el mismo objetivo.

2.3.2.1.5.1. Frecuencias

El análisis de los datos empieza con la verificación de las tablas de frecuencias, las mismas que nos muestran una breve descripción de nuestro universo de estudio. Las frecuencias, como ya se mencionó, dan cuenta del número de personas que respondió determinada alternativa de respuesta de

determinada pregunta y nos muestran a su vez los valores porcentuales que corresponden a los valores de frecuencias.

Mediante el análisis de las frecuencias podemos determinar por cada pregunta cuan efectiva ha sido la formulación de una pregunta, o cuanto sirve el uso de uno u otro código en las alternativas de respuesta, pero sobre todo, podemos determinar cuan valida puede ser una pregunta respecto de otra para el análisis final de la información o para el uso de dicha pregunta en la presentación de resultados.

También sirve para determinar la correcta aplicación de la muestra y la tipología de la muestra.

Todas estas formulaciones respecto del análisis de las frecuencias son posibles siguiendo los siguientes pasos:

Paso 1. Es importante revisar todas las tablas de frecuencias para verificar que el 100% de los datos se encuentren procesados y no existan valores perdidos, esto se puede identificar en la parte inferior cada tabla en donde se exponen los valores perdidos. Aquí también se puede revisar que todas las etiquetas de preguntas y de respuestas estén en su lugar y no existan variables o alternativas de respuestas sin etiquetas.

Paso 2. Al revisar los datos de cada frecuencia podemos encontrar incongruencias que no necesariamente tengan que ver con el ingreso de la información y más bien pueden ser errores de aplicación o mal entendimiento de los encuestados o simplemente una específica excepción acerca de la opinión de la población en determinado lugar, pero hasta no ser comprobado, no pasa de ser una hipótesis acerca del comportamiento de la opinión pública en base al mismo comportamiento de los datos con respecto a la realidad, pero por esta misma razón, esos datos deben ser tratados con mayor cuidado y de manera distinta.

Paso 3. Sobre la información general de la encuesta, mediante las frecuencias podemos encontrar los valores topes de la encuesta, altos o bajos, lo cual nos ayudará a determinar ciertas características de la población. Podemos identificar la efectividad del uso de la información de ciertas variables, debido a que aunque muestren valores porcentuales significativos, puede ser que la cantidad de personas que respondieron de esa manera no corresponda a una variable de cruce significativa, por ejemplo, el 70% de personas afro-ecuatorianas aprueba y el 30% desaprueba, pero ese 100% puede corresponder al 1% del total de la población encuestada ya que sólo 10 personas afro-ecuatorianas fueron encuestadas.

A parte de la información de las frecuencias, usamos índices estadísticos de datos históricos con los que cuenta la empresa o con los mismos datos con los que generamos la muestra estadística del estudio, usando los datos del censo nacional y el padrón electoral, con el fin de alimentar de mejor manera el análisis de la información del estudio.

2.3.2.1.5.2. Cruces

Otro método para el análisis de la información son los cruces de variables, a parte de los cruces ya establecidos en las tablas estadísticas generales del estudio resultantes del procesamiento, sino que también, el programa de procesamiento nos permite realizar varios cruces entre variables de la encuesta.

Este tipo de cruces de información entre variables, se llaman cruces multivariados y con estos podemos crear nueva información, pero para esto es necesario usar variables que tengan algún tipo de relación, ya sea en la formulación de las preguntas, en el objetivo de las preguntas o en el contexto de la encuesta.

Por ejemplo, si preguntamos sobre el principal problema de la provincia, obtendremos datos importantes sobre esa pregunta, y si luego preguntamos sobre quien cree que es responsable de resolver ese problema, tendremos una gama sobre los principales responsables, pero no es sino hasta hacer un cruce entre estas dos variables cuando podemos determinar efectivamente sobre qué problema específico se mencionó a qué responsable en específico, generando así una nueva fuente de información para el análisis de los datos.

2.3.2.1.5.3. Informe

El informe es el paso final de este proceso y del estudio, y está compuesto principalmente por un documento que recoge los principales hallazgos de la encuesta y la presentación de los resultados en gráficos estadísticos.

El informe podrá variar en cuanto a su contenido y su elaboración en dependencia del tipo de estudio que se realice, pero de todas maneras todos los informes que se realicen tendrán la información contenida en las tablas estadísticas y de la presentación del estudio, más un análisis por cada pregunta, temas y módulos de la encuesta, que dependiendo del tipo de estudio tendrán mayor o menor profundidad y finalmente una sección en donde se muestren las conclusiones y recomendaciones del estudio, siempre enfocadas en el objetivo principal del estudio. Esta premisa es tomada en cuenta en la elaboración de todo el informe, es decir, toda la información recolectada y los resultados obtenidos, serán orientados y detallados en el informe en base al fin específico del estudio, de lo que quiere obtener y a donde está dirigido.

El informe se estructurará en base a la estructura general del formulario, siguiendo la secuencias de sus preguntas y será separado los mismos módulos que se encuentran en el formulario de la encuesta. El análisis de la información se la hará por cada pregunta individualmente en el contexto del desarrollo de cada módulo o batería de preguntas. En cada módulo se podrá

hacer una comparación de los datos y podrán ser validados con los mismos. Entre cada módulo también se podrá referenciarlos entre ellos y contextualizarlos de manera que satisfagan las necesidades del estudio, lo cual servirá la final para la elaboración de conclusiones y recomendaciones.

En el lineamiento de la elaboración de un informe se pueden hacer modificaciones, especialmente en cuanto a lo que se requiera de un estudio en específico, es decir, no necesariamente la estructura de un informe deberá seguir la estructura del formulario, sino que podrá ser estructurado en base a la importancia del hallazgo de los resultados o de la simple necesidad del estudio.

2.3.2.1.5.3.1. Presentación

La sustentación en cuanto a la elaboración de un informe se basa principalmente en la presentación gráfica de los datos estadísticos, y esta a su vez de las tablas estadísticas de resultados, y en conjunto son parte integra del informe final del estudio.

La presentación de los gráficos de los resultados del estudio se los realiza en el programa específico de Microsoft, PowerPoint, en el cual se muestra en cada lámina los resultados de una pregunta, ya sea en un gráfico de barras, en una tabla, o en un cuadro de texto.

La elaboración de una presentación se la realiza en formato preestablecido de PowerPoint mediante la aplicación de plantillas en el patrón de diapositivas con la imagen y logos de la empresa, así como el formato general de gráficos de barras y los colores determinados para estas. Los formatos de cuadros de textos y tablas se deben realizar en una hoja de cálculo sobre la misma tabla a ser exportada a la lámina de la presentación. Para los formatos de las hojas de cálculo, también existen formatos preestablecidos que específicamente detallan el color y la forma de las tablas.

En la presentación, se mostrará en primer lugar la carátula del estudio indicando el lugar y la fecha en el que se realizó el estudio, a continuación se incluirán los índices estadísticos que tengan relación con el estudio y el universo del estudio, luego se mostrarán los datos de identificación del entrevistado correspondientes a la información sociodemográfica y socioeconómica de la encuesta, e inmediatamente aparecerá la información general de la encuesta identificada en la parte superior izquierda por el título del módulo al que corresponde.

Para la presentación de los datos se usarán los siguientes criterios:

- El título de la encuesta se encontrará en la parte superior de la lámina y centrado.
- Se usará para hacer la comparación de los datos, las variables que aporten de mejor manera al análisis del estudio.
- Para los gráficos de barras, las variables de comparación y análisis serán las series de los datos y se ubicarán en la parte inferior del gráfico, y las alternativas de respuestas serán las etiquetas de las barras.
- Cuando las variables de comparación superen las 5 opciones, se recomendará trabajar exclusivamente con tablas, ya que las barras se comprimirán demasiado y no se podrá apreciar los datos.
- Se usarán barras verticales cuando las opciones de respuesta muestren una escala de valor, de lo contrario se usaran barras horizontales
- Si los datos refieren a una escala de valores se ubicará a las etiquetas de respuestas de izquierda a derecha de positivo a negativo, como en las tablas estadísticas. Mientras que para las barras horizontales se ubicará a las respuestas más mencionadas en la parte superior y en orden descendente.

- Se trabajara con tablas cuando las opciones de respuestas sean demasiadas como para trabajar con gráficos de barras y los datos no puedan apreciarse con claridad. Habrá incluso la necesidad de dividir una respuesta en dos o tres tablas debido al número de alternativas de respuesta expresadas en la encuesta, esto sucede especialmente con las preguntas semiabiertas y abiertas. Cuando esto suceda, se mantendrá el título de la pregunta y se ubicará una tabla por diapositiva identificando el número de tabla que se presenta, del número total de tablas en las que se dividió.
- En el patrón de diapositivas, donde se encuentran las planillas preestablecidas se deberá registrar y cambiar cada vez la fecha y el lugar en donde se realizó la encuesta.

Finalmente, toda la información mostrada en esta presentación tanto en gráficos como en tablas, son los que se usarán para la elaboración del informe del estudio. Y por último se usará esta presentación, las tablas estadísticas, y el informe como productos finales, más los anexos necesarios por cada estudio.

2.3.2.1.6. Evaluación

El proceso final del ciclo de encuestas es la evaluación de todo el proceso en el que se recogerán todas las observaciones, criterios y sugerencias de cada uno de las actividades, subprocesos y procesos de este ciclo de encuestas con la finalidad de instalar un proceso de retroalimentación que nos permita crear productos de calidad con mejoramiento continuo y adaptabilidad a la realidad nacional y local.

2.3.2.1.6.1. Campo

Las experiencias en el trabajo de campo son las que más alimentan este proceso de evaluación, debido a que a pesar de las diferencias en las necesidades de cada estudio en particular, cada vez que se realiza una encuesta, todas las veces son muy distintas ya que trabajamos haciendo estudios de opinión pública y la misma es muy variable en dependencia de la realidad y la coyuntura del momento.

Por otro lado, en el campo es en donde los formularios de encuestas son puestos a prueba y es el personal de campo quien nos puede comentar sobre la aceptación de un formulario, el uso de los códigos, el entendimiento de las preguntas por parte de los encuestados o el tamaño (número de preguntas) de un formulario.

De igual manera nos pueden informar sobre las distancias, accesibilidad y la realidad geográfica de nuestro país. Con la experiencia del personal de campo nos guiamos para la elaboración de la muestra por ejemplo, logrando de esta manera evitar realizar encuestas en lugares de difícil acceso o distancias demasiado largas y realmente no es necesario gastar recursos en la elaboración de estas encuestas.

En el trabajo de levantamiento de la información, se han dado casos en los que a pesar de todos los filtros de verificación de los formularios, pasaron códigos con una numeración repetida, errónea o faltante. En otros casos se nos ha informado de preguntas que son de difícil comprensión para los encuestados, lugares en los que no son bienvenidas ciertas preguntas o no aceptan que se pregunte ciertas cosas, ya sea por miedo a contestar, o porque en el sector se evidencia influencia externa sobre la percepción de la gente. En algunos casos se ha podido evidenciar también que las respuestas de los encuestados pueden ser sesgadas, debido al contexto o coyuntura específica de una zona.

2.3.2.1.6.2. Productos

Los productos para la realización de las encuestas son mejorados en base a la aplicación previa de los mismos y la evaluación de cada aplicación. Gracias a esto, cada uno de los productos puede evolucionar y modificarse incluso para el trabajo distinto de cada estudio.

En cada proceso investigativo se ha innovado y creado nuevos productos como tarjetas de apoyo, formatos de preguntas, o incluso productos tecnológicos referentes al procesamiento y análisis de los datos que han mejorado en base a las experiencias pasadas.

2.3.2.1.6.3. Archivos

Para el éxito de todo este proceso de retroalimentación, es importante registrar todas estas observaciones, criterios y sugerencias, para que nos sirvan como referencia y punto de apoyo para la elaboración de propuestas de cambios y mejoras a cada uno de los productos del ciclo de encuestas, y a su vez consten como documentos de respaldo y validación de los cambios realizados a alguno de estos productos.

El principal archivo de recopilación de estos cambios, será el manual de procesos del ciclo de encuestas, puesto que es aquí en donde se detallan todos los pasos de los procesos y uso de los productos, y por tanto todos los cambios que se realicen a alguno de los procesos o los productos, automáticamente deberá ser registrado en este manual como constancia de tal cambio y de la flexibilidad de este manual a la actualización necesaria de los procesos.

Finalmente todos estos documentos deberán ser archivados como respaldo del trabajo realizado con la finalidad de mejorar los procesos del ciclo de encuestas de la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios.

3. CAPITULO III

3.1. Modelo de Gestión del Manual de Procesos

3.1.1 Factibilidad de gestión

Los procesos y los procedimientos de gestión, conforman uno de los elementos principales del Sistema de Control Interno; por lo cual, deben ser plasmados en manuales prácticos que sirvan como mecanismo de consulta permanente, por parte de todos los trabajadores, permitiéndoles un mayor desarrollo en la búsqueda del mejoramiento continuo.

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha preparado el presente Manual de Procesos y Procedimientos, en el cual se define la gestión que agrupa las principales actividades y tareas del Ciclo de Encuestas de Santiago Pérez Investigación y Estudios. Dichas actividades se describen con cada una de las herramientas necesarias para la construcción por fases del Manual referido, soportando cada uno de los procesos específicos, como son: Diseño y Elaboración del Formulario, Preparación del trabajo en Campo, Campo, Procesamiento, Análisis y Evaluación.

La funcionalidad del Manual, es permitir que todas las tareas y procedimientos por área vinculada, así como, la información relacionada, sea totalmente comprensible y de fácil acceso, logrando de esta manera que el trabajo realizado tanto grupal como individualmente puedan realizarse de manera dinámica y coordinada.

Este Manual hará parte integral de la documentación total de la empresa, y nuevos manuales de procesos que a futuro se sumarán al archivo general, con la finalidad cada uno, de aportar con el crecimiento de la empresa.

En base al diseño de los procesos mencionados, se procederá a desarrollar una matriz de los procesos implicados en el proceso macro que es el ciclo de encuestas. Para esto se tomará en cuenta el detalle de todos los procesos para

generar una matriz que pueda guiar de manera mucho más sencilla y ejemplificada al manual.

A la vez se detallará también de manera más coordinada la participación de cada área y responsables involucrados en el desarrollo de cada proceso y la conexión que tienen entre ellos.

3.1.1.1. Matriz de procesos

3.1.1.1.1. Fichas técnicas de identificación de procesos:

Formato 1.

Nombre del Proceso:	I. Diseño
Departamentos involucrados en el proceso:	Técnico, Estadístico y Campo
Responsables del proceso	• Coordinador técnico del proyecto • Matemático estadístico • Coordinador nacional de campo
Propósito del proceso:	Elaboración del formulario y la muestra estadística del estudio para su aplicación de la encuesta
Productos:	Formulario y muestra

Formato 2.

Proceso: I. Diseño

Subproceso: 1. Formulario

PROCESO: I. DISEÑO					
SUBPROCESO: 1. FORMULARIO					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
1.1	El departamento técnico recibe las especificaciones técnicas y requerimientos del estudio	Se revisará los objetivos del estudio para la elaboración de las preguntas del formulario	Propuesta Técnica del estudio	Lista de temas y posibles preguntas	Cada estudio dependerá de los requerimientos del mismo
1.2	En base al objetivo del estudio se desarrollará un borrador de formulario siguiendo paso a paso las especificaciones para su desarrollo (sin rejillas de respuestas)	Elaborar un borrador de formulario siguiendo todos los parámetros necesarios para la elaboración de un formulario con preguntas abiertas, semiabiertas y cerradas, códigos de respuestas, pero sin casilleros de respuestas	Lista de temas y requerimientos del estudio	Borrador del formulario	El borrador del formulario deberá ser estructurado como un formulario final, pero sin las rejillas de registro de respuestas.
1.3	Enviar el borrador de formulario a la contraparte del estudio para su revisión y aprobación	Contactar con la contraparte para informar sobre el envío del borrador para su revisión y posterior entrega	Borrador del formulario	Formulario revisado y aprobado por al	La contraparte podrá sugerir cambios o agregar preguntas,

		de observaciones y aprobación del formulario		contraparte	pero no podrá modificar la formulación de las preguntas
1.4	Elaboración de instrumentos de apoyo.	Si es necesario se desarrollaran tarjetas de apoyo para el formulario. Desarrollar tarjetas numeradas en base al número de preguntas que lo requieran	Borrador del formulario	Tarjetas	Las tarjetas deberán estar numeradas e identificadas en el formulario
1.5	Diseño del formulario completo, incluido rejillas de respuestas	Con las observaciones realizadas por la contraparte se procederá al diseño final de formulario aumentando las rejillas de respuestas	Borrador del formulario	Formulario	El formulario deberá contener las rejillas de registro de respuestas
1.6	Revisión del formulario	El formulario final deberá ser revisado en su estructura y formatos antes de la capacitación	Formulario	Formulario completo	El formulario final deberá ser revisado por lo menos por dos personas distintas
1.7	El formulario está listo para la capacitación y prueba piloto o pre-test	Ya con el formulario final se iniciará la capacitación a los encuestadores, especificando los puntos primordiales de la encuesta y se aplicará la prueba piloto de la encuesta	Formulario completo	Formulario completo revisado y aplicado	El formulario completo ya revisado y aplicado puede o no sufrir modificaciones, pero siempre es importante realizar este proceso
1.8	Revisión final del formulario	Después de la capacitación y el pre-	Formulario	Formulario final	Incluso, si en el

		test, podrán surgir cambios al formulario. Una vez realizados estos cambios, se realizará la revisión final del formulario antes de enviarlo a su aplicación en el campo	completo revisado y aplicado		proceso anterior no surgieron cambios o modificaciones, el formulario final debe ser revisado por última vez
1.9	Envío del formulario al departamento de operativo de campo	Ya revisado y estructurado el formulario final, se enviará al departamento de operativos de campo para que posteriormente sea enviado a cada coordinador provincial en donde se realice la encuesta	Formulario final	Formulario final entregado	En esta etapa, todos los coordinadores y supervisores provinciales tendrán el formulario final

Formato 2.

Proceso: I. Diseño

Subproceso: 2. Muestra

PROCESO: I. DISEÑO					
SUBPROCESO: 2. MUESTRA					
N°	Actividad	Procedimiento	Insumo	Producto resultante	Observaciones
2.1	Requerimiento de la muestra por parte del departamento	El departamento técnico enviará al departamento estadístico los	Propuesta técnica del proyecto	Solicitud de la muestra	La muestra se basará siempre en el universo requerido por el

	técnico	insumos necesarios sobre la propuesta técnica del estudio para el requerimiento de una muestra estadística de representación sobre el universo de estudio.			estudio y el objetivo principal del mismo
2.2	Definir el universo del estudio	En base a la propuesta técnica y los objetivos del estudio, se establecerá el universo del estudio.	Propuesta técnica del proyecto	Universo del estudio determinado	En algunos casos, el universo del estudio ya está preestablecido
2.3	Definir la propuesta del tamaño muestral	Dependiendo del universo del estudio, se establecerá una propuesta de tamaño muestral de manera que este sea representativo sobre el universo de estudio.	Universo del estudio.	Tamaño de la muestra	Las encuestas se realizan a la población y por sectores geográficos y se enfocarán en el objetivo del estudio
2.4	Envío de la propuesta del tamaño muestral para su aprobación	El tamaño muestral propuesto deberá ser enviado a la contraparte para su conocimiento y aprobación.	Tamaño de la muestra	Tamaño de la muestra aprobada	Los cambios en la muestra serán alterados siempre con un criterio estadístico
2.5	Elaborar la muestra estadística	Una vez aprobado el tamaño muestral, se usarán todos los parámetro de aplicación para la elaboración de una muestra	Tamaño de la muestra aprobada	Muestra	Ya que trabajamos con sectores poblacionales, usamos como datos de georeferenciación la información del censo de

		estadística, contenidas en la información estadística proporcionada por el censo de población y vivienda y el padrón electoral			población y vivienda y el padrón electoral del Ecuador
2.6	Coordinar con el departamento de campo el detalle de la muestra	La muestra deberá ser revisada en conjunto con el coordinador nacional de campo para determinar posibles inconvenientes de aplicación en ciertos sectores de la muestra.	Muestra	Muestra validada	Con el objetivo de realizar un trabajo efectivo se validará la aplicación de la muestra eliminando lugares que por su difícil acceso, peligrosidad o distancia, nos imposibiliten el trabajo. Recordando nuevamente que todo esto estará en dependencia del objetivo del estudio.
2.7	Elaborar muestra final	Una vez corregido los posibles inconvenientes de aplicación se establecerá la muestra final.	Muestra validada	Muestra final	La muestra final incluso puede ser voluble de cambios, en dependencia del trabajo real en el campo.
2.8	Enviar la muestra a los departamentos: técnico y de campo	La muestra final es enviada al departamento técnico para conocimiento y archivo, y al departamento de operativos de campo para su posterior re-envío	Muestra final	Muestra final enviada y archivada	La muestra servirá posteriormente para cotejar y validar el trabajo de campo.

		a los coordinadores provinciales.			
--	--	-----------------------------------	--	--	--

Formato 1.

Nombre del Proceso:	II. Preparación
Departamentos involucrados en el proceso:	Técnico y Campo
Responsables del proceso	• Coordinador técnico del proyecto • Coordinador nacional de campo • Encuestadores
Propósito del proceso:	Preparación y revisión de materiales de aplicación de la encuesta y capacitación del personal de campo
Productos:	Formulario y muestra final

Formato 2.

Proceso: II. Preparación

Subproceso: 1. Revisión

PROCESO: II. PREPARACIÓN

SUBPROCESO: 1. REVISIÓN

N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
1.1	Primera revisión del formulario de encuestas	El formulario será revisado por primera vez en su etapa de	Borrador de formulario	Borrador de formulario	Este formulario se considera todavía un borrador ya que a

		borrador, antes de ser enviado a la contraparte del estudio, usando todos los criterios de revisión que requiere esta etapa		revisado	pesar de ser aprobado por la contraparte sufrirá modificaciones de forma e incluso de fondo, sin modificar la esencia de los requerimientos aprobados del cliente
1.2	Segunda revisión del formulario de encuestas	La segunda instancia de revisión se la realizará una vez el formulario sea aprobado por la contraparte y tenga las rejillas de respuestas, antes de la capacitación.	Formulario	Formulario revisado	En cada revisión se registrarán los errores más frecuentes para ser tomados en cuenta
2.3	Tercera y última revisión del formulario de encuestas	La revisión final del formulario se la realizará luego de la capacitación y el pre-test de la encuesta, obteniendo como resultado el formulario final de la encuesta	Formulario usado en el pre-test	Formulario final	Al momento de la aplicación del pre-test pueden surgir los cambios más importantes inherentes al trabajo real de campo que no siempre puede ser anticipado.
2.4	Revisión de tarjetas de apoyo	Las tarjetas de apoyo serán revisadas también en cuanto a su estructura y formatos al igual que los formularios y serán revisados en conjunto con cada revisión del formulario.	Tarjetas de apoyo	Tarjetas de apoyo revisadas	Las tarjetas al ser un anexo del formulario y al tener una numeración correspondiente a la numeración del formulario, en los cambios realizados al formulario puede afectar también a las tarjetas

Formato 2.

Proceso: II. Preparación

Subproceso: 2. Capacitación

PROCESO: II. PREPARACIÓN					
SUBPROCESO: 2. CAPACITACIÓN					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
2.1	Convocar al personal de campo (encuestadores)	Se localizará en informará a los encuestadores sobre el estudio que se está realizando y se les convocará en una fecha y hora para la capacitación sobre la encuesta	Listado de encuestadores (RR HH)	Encuestadores reclutados	Para cada encuesta que se realice, los encuestadores deben ser capacitados, aunque ya tengan la experiencia de trabajo, cada proyecto es distinto por su temática
2.2	Requerir materiales de capacitación	Para la capacitación deberán estar listos tanto los formularios de encuestas (uno para cada encuestador), así como las tarjetas de apoyo, más otros materiales como hojas y lápices	Formularios, tarjetas de apoyo, lápices y hojas	Material de capacitación preparado	Se imprimirá los formularios a doble cara y dos hojas por página para ahorrar papel, tomando en cuenta que los formularios no son definitivos
2.3	Leer y llenar el formulario conjuntamente con los encuestadores	El formulario será llenado por todos los encuestadores a la par que lo van leyendo y participando de la	Formularios	Formularios llenos	Esta dinámica sirve como una manera de revisión del formulario

		lectura del mismo			
2.4	Reforzar temas de conflicto	En el caso de que haya temas que los encuestadores no puedan comprender correctamente se reforzará hasta que todo el formulario sea comprendido	Formularios	Temas del formulario correctamente comprendidos	
2.5	Reforzar temas de interés	En el formulario habrá temas de mayor interés para el estudio, los cuales deben ser reforzados con mayor énfasis para que el encuestado tenga claro la importancia de la recolección de información sobre determinadas preguntas	Formulario	Temas del formulario reforzados y aclarados	Para temas que tengan dinámicas especiales, es importante reforzar su explicación para que los encuestadores repliquen este refuerzo en los encuestados y así todos los temas sean entendidos y no generen sesgos.
2.6	Preguntar por dudas o aclaraciones	Finalmente se les consultará si aún quedan dudas sobre el llenado del formulario o las instrucciones del mismo, así como el uso del material de apoyo	Formulario	Encuestadores capacitados	

Formato 2.

Proceso: II. Preparación

Subproceso: 3. Pre-test

PROCESO: II. PREPARACIÓN					
SUBPROCESO: 2. Pre-test					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
3.1	Requerir el formulario y materiales de apoyo	Se deberá contar con el formulario corregido y los materiales de apoyo de la encuesta	Solicitud	Formulario y materiales de apoyo	Se usará el formulario ya revisado y corregido después de la capacitación
3.2	Distribuir a los encuestadores	Se distribuirá a los encuestadores ya capacitados en una zona cercana donde se pueda garantizar la recolección de al menos 3 encuestas por cada encuestador, logrando que cada uno tenga una separación considerable de otro.	Tipología y muestra	Encuestadores distribuidos	Se usará la muestra como referencia de la caracterización de la población encuestada, pero no como condicionante de aplicación
3.3	Aplicar de la encuesta	La encuesta será aplicada normalmente como se haría en el trabajo real de recolección de información, sólo que no se muestra ni tipología, pero si los filtros de la	Formulario	Encuestas	La encuesta debe ser aplicado en su totalidad aunque en el proceso haya inconvenientes o problemas de aplicación

		encuesta			
3.4	Reagrupar a los encuestadores	Se fijará una hora y un lugar exacto (que puede ser el lugar de la capacitación) para la entrega de la información recolectada y el material trabajado.	Planificación	Formularios recolectados	Se recolectará tanto los formularios físicos de los encuestadores, como las opiniones y sugerencias de los mismos
3.5	Verificar posibles errores de aplicación de la encuesta	En conjunto con los encuestadores se verificará si el formulario contiene errores que imposibiliten su correcta aplicación	Formularios	Formularios corregidos / aprobados	Este será el punto final de edición del formulario.

Formato 2.

Proceso: II. Preparación

Subproceso: 3. Materiales

PROCESO: II. PREPARACIÓN					
SUBPROCESO: 3. MATERIALES					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
3.1	Requerir el material de encuestas	Una vez revisados todos los materiales, como: formularios, tarjetas de apoyo, muestras y tipologías, se deberán solicitar para la	Solicitud de requerimiento de materiales	Materiales de encuesta	Se armarán paquetes de encuestas y materiales para cada coordinador provincial

		entrega al coordinador provincial			
3.2	Distribuir materiales	Los materiales de encuesta serán enviados los coordinadores provinciales en donde se aplique la encuesta	Correo electrónico, mensajería, Courier,	Material entregado	Si se trata sólo de archivos digitales, se los enviará por correo electrónico, pero si se requiere otro tipo de materiales se los enviará por una empresa de encomiendas.
3.3	Confirmar recepción de materiales	Se contactará con todos los coordinadores a los que les fueron enviados los materiales para su confirmación de recepción	Correo electrónico, teléfono, celular	Recepción de materiales confirmada	

Formato 1.

Nombre del Proceso:	III. Campo
Departamentos involucrados en el proceso:	Campo
Responsables del proceso	• Coordinador nacional de campo • Coordinadores provinciales • Encuestadores
Propósito del proceso:	Levantamiento de la información en el campo mediante la aplicación de encuestas
Productos:	Encuestas

Formato 2.

Proceso: III. Campo

Subproceso: 1. Asignación carga de trabajo

PROCESO: III. CAMPO					
SUBPROCESO: 1. ASIGNACIÓN CARGA DE TRABAJO					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
1.1	Partir la muestra	La muestra será dividida para cada provincia donde se realice la encuesta y a su vez, será dividida por parroquias, barrios y sectores	Muestra	Muestra segmentada	La participación de la muestra dependerá del alcance del estudio y los lugares en donde se realicen
1.2	Convocar al personal de campo (encuestadores)	En base al tamaño de la muestra se convocará a una número determinado de encuestadores de tal manera que cada uno realice entre 20 y 40 encuestas diarias dependiendo del número de preguntas	Listado de encuestadores (RR HH)	Encuestadores reclutados	El número de encuestadores dependerá del tamaño de la muestra y el tiempo de aplicación
1.3	Reunir a los encuestadores en un punto estratégico	Se convocará a los encuestadores en un punto estratégico para la entrega de materiales y distribución de su carga de trabajo	Planificación	Arranque de las encuestas	Una vez reunidos se planificará el día de trabajo
1.4	Entregar materiales a los	Entregar los formularios de acuerdo a	Formularios,	Material	Para cada día de trabajo se

	encuestadores	su carga de trabajo junto con las tarjetas de apoyo y la identificación de los lugares donde trabajarán, así como la tipología asignada	tarjetas de apoyo	entregado	reunirá a los encuestadores para entregarles su material de trabajo. No se entregará el material un día antes
1.5	Distribuir la muestra	En cada zona de trabajo, el coordinador distribuirá estratégicamente a cada encuestador en las zonas asignadas por la muestra, de tal manera que pueda cumplir con su cuota diaria de trabajo	Muestra	Asignación de la carga de trabajo	Se intentará distribuir la carga de trabajo de manera equitativa y equilibrada para todos los encuestadores
1.6	Dispersar a los encuestadores	Cada encuestador tendrá una zona asignada y se distanciarán entre ellos, logrando que cada uno pueda dispersarse por su zona de trabajo evitando concentrarse en un solo sitio	Muestra, mapa	Dispersión de la muestra	Este es un proceso importante para garantizar la dispersión de la muestra

Formato 2.

Proceso: III. Campo

Subproceso: 2. Supervisión

PROCESO: III. CAMPO					
SUBPROCESO: 2. SUPERVISIÓN					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
2.1	Acompañar a los encuestadores durante su jornada de trabajo	Debido a que no podrá estar con todos los encuestadores, el coordinador deberá establecer una jornada de acompañamiento a algunos de los encuestadores.	Muestra y formulario	Acompañamiento de campo	Es importante dar mayor apoyo y acompañamiento a los encuestadores nuevos.
2.2	Verificar ubicaciones de los encuestadores	El coordinador deberá verificar constantemente en donde se encuentran cada uno de los encuestadores a su cargo	Celular	Supervisión	El supervisor deberá contar con un listado de los números celulares de todos los encuestadores a su cargo, quienes a su vez deberán tener un celular en óptimas condiciones de uso.
2.3	Solucionar conflictos en el campo	Si se suscitan problemas de cualquier tipo durante el trabajo de campo, el coordinador deberá resolverlos lo más pronto posible, ya sea por teléfono o en persona	Supervisión	Trabajo de campo eficiente	Los problemas deben ser resueltos in situ, para evitar que estos problemas se repliquen
2.4	Abastecer con materiales de encuesta	Si un encuestador se queda sin algún material para la elaboración de su trabajo, el coordinador tendrá que	Materiales de encuesta	Cumplimiento de planificación trabajo	Para lograr que la planificación de trabajo diaria no se vea afectada, el supervisor deberá

		abastecerlo de inmediato			contar con material de trabajo extra para abastecer a su equipo
2.5	Informar de inconvenientes y novedades	El coordinador deberá informar al coordinador nacional sobre inconvenientes en el trabajo de campo al coordinador nacional de campo y sobre alguna novedad sobre el formulario, al coordinador técnico del estudio.	Celular, correo electrónico	Control	La información de novedades debe hacerse al instante, para solucionarlo a la par.
2.6	Recoger el material de trabajo	Al final de cada día de trabajo se deberá recoger el material de trabajo de todos y cada uno de los encuestadores.	Formularios, tarjetas de apoyo	Material registrado (devuelto)	El material debe ser recogido al final de cada día de trabajo para revisar que el mismo ha sido completado
2.7	Entregar material de trabajo	Al siguiente día se repartirá nuevamente el trabajo para la siguiente carga de trabajo	Formularios, tarjetas de apoyo	Material entregado	El material de trabajo para cada día de trabajo debe ser entregado en la mañana antes de empezar el trabajo.

Formato 2.

Proceso: III. Campo

Subproceso: 3. Revisión y evaluación

PROCESO: III. CAMPO					
SUBPROCESO: 3. REVISIÓN Y EVALUACIÓN					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
3.1	Verificar la información durante la jornada de trabajo	El coordinador podrá revisar la información recolectada por los encuestadores en cualquier momento durante la jornada de trabajo, para corregir errores in situ.	Formularios	Información validada	La verificación la hará con las personas que esté acompañando, o en el caso de que alguien requiera un acompañamiento especial, como por ejemplo un encuestador nuevo.
3.2	Revisar que los formularios estén llenos	Deberá percatarse que los formularios estén completamente llenos al momento de la entrega del material	Formularios	Información completa	Al final de cada jornada de trabajo, los formularios asignados para ese día deberán estar completos. No puede haber formularios con la mitad de trabajo.
3.3	Revisar que el material esté completo	Cuando recoja el material de los encuestadores, deberá verificar que le entreguen el material completo de su carga de trabajo.	Formularios y tarjetas de apoyo	Material de trabajo completo	Ya que las cargas de trabajo están pensadas para un solo día, el material entregado deberá ser devuelto en su totalidad.
3.4	Revisar aleatoriamente los formularios	Al momento de la entrega del material, deberá realizar una revisión	Formularios	Formularios revisados al azar	Del material entregado por cada encuestador, se revisará por

		aleatoria de los formularios, junto con los encuestadores.			completo un formulario al azar, para verificar la correcta aplicación de las encuestas.
3.5	Revisar completamente los formularios	Una vez reunido todo el material, se deberá revisar todos los formularios y de haber errores consultarlos al día siguiente con el encuestador.	Formularios	Formularios revisados por completo	Finalmente todo el material debe ser revisado, para evitar que en caso de encontrar errores, se reproduzcan al día siguiente
3.6	Evaluar información	Si se detectan errores repetitivos, o información ilógica o incongruente, se deberá charlar con el encuestador, para determinar las causas	Formularios	Corrección de faltas y errores	Es importante verificar la información con el encuestador ya que se puede solucionar errores involuntarios, o verificar una causa pasada por alto
3.7	Determinar corrección de la información	Si la información errónea se puede corregir se lo hará directamente con el encuestador, de lo contrario se determinará que la información se realizada nuevamente, invalidando la información anterior.	Formularios	Corrección de faltas y errores	En caso de que los errores se puedan solucionar por errores involuntarios menores, se corregirá la información. Pero si la los errores saltan a la vista por falta de entendimiento del encuestado, se deberá recabar nuevamente esa información. En caso extremo ya no se contará con el trabajo del encuestador.

Formato 1.

Nombre del Proceso:	IV. Procesamiento
Departamentos involucrados en el proceso:	Sistemas, Estadístico y Técnico
Responsables del proceso	• Digitadores • Jefe de sistemas • Coordinador técnico • Matemático estadístico
Propósito del proceso:	Ingresar la información levantada en una base de datos digital y generar tablas estadísticas
Productos:	Data (Base de datos), tablas estadísticas

Formato 2.

Proceso: IV. Procesamiento

Subproceso: 1. Digitación

PROCESO: IV. PROCESAMIENTO					
SUBPROCESO: 1. DIGITACIÓN					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
1.1	Recibir los formularios físicos de las encuestas	En el departamento de sistemas se recibirá los formularios enviados por	Registro	Formularios entregados	Cada coordinador provincial enviará un paquete cerrado con

		los coordinadores provinciales			los formularios de encuestas realizadas en el trabajo de campo a las oficinas en Quito
1.2	Convocar a los digitadores	En base del número de encuestas se convocará al número necesario de digitadores para el ingreso de la información	Listado de digitadores (RR HH)	Digitadores	Por lo general, los digitadores tienen un cronograma de trabajo en base a nuestras encuestas quincenales, y son comunicados para otras encuestas que puedan generarse.
1.3	Numeración de los formularios	Cada formulario será numerado en base a la muestra estadística para puedan ser identificados	Muestra	Formularios numerados	La numeración servirá para identificar a cada formulario.
1.4	Ingresar la información a la base de datos	Cada formulario será digitalizado en una base de datos general	Formularios	Base de datos	La información es ingresada en una matriz realizada en una hoja de cálculo digital
1.5	Informar sobre errores identificados en los formularios	Si se identifican errores en los formularios, los digitadores deberán informar al coordinador técnico del proyecto	Formularios	Base de datos corregida	La información no puede ser alterada por los digitadores, pero al informar sobre errores, estos serán marcados para un posterior análisis.
1.6	Revisar la data	Cada digitador deberá revisar su cuota de digitación, de tal manera que la data se encuentre limpia para su revisión	Base de datos	Base de datos limpia	Cada digitador revisará su trabajo para filtrar posibles errores de digitación

1.7	Crear una base general de datos	Los archivos en los que trabajaron los digitadores deben unirse para formar una sola base de datos general	Base de datos	Base de datos general	Al unir las bases de datos se deberá revisar que cada base coincida en su número de columnas y número de variables (Las matrices son las mismas)
-----	---------------------------------	--	---------------	-----------------------	--

Formato 2.

Proceso: IV. Procesamiento

Subproceso: 2. Depuración

PROCESO: IV. PROCESAMIENTO					
SUBPROCESO: 2. DEPURACIÓN					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
2.1	Ingresar la base de datos en una carpeta común para la revisión	La base de datos generada por los digitadores se ubicará en una sola carpeta compartida para que puedan tener acceso los responsables de la depuración	Archivo de base de datos	Base de datos	La empresa cuenta con un sistema de archivos compartidos, en donde se almacenará la base de datos
2.2	Depurar la data en base a la muestra	La información geográfica de la data será revisada de manera que se verifique el cumplimiento de la muestra	Base de datos, muestra	Base de datos verificada en cumplimiento de la muestra	Con la muestra del estudio se revisará si las encuestas cumplieron con el cumplimiento de la misma

2.3	Depurar la data en cuanto a la información general	La data será revisada pregunta por pregunta garantizando que los códigos de respuesta sean los correctos y los saltos de preguntas hayan sido correctamente aplicados	Base de datos	Base de datos depurada	La depuración de la data será una limpieza total de la información, logrando que la información que quede sea la más precisa
2.4	Corregir errores	Si la data tuviera errores se deberá acudir al formulario físico para verificar el error y corregirlo de ser posible o perder la información	Base de datos, formularios	Base de datos corregida	Si se encuentran errores o incongruencias, siempre se deberá recurrir a los formularios para cotejar que la información haya sido registrada correctamente
2.5	Codificar las preguntas semiabiertas y abiertas	Las preguntas semiabiertas y abiertas, fueron ingresadas con el texto de respuestas y deberán ser codificadas de forma numérica, para que toda la data sea numérica.	Base de datos	Libro de códigos	Para tener un registro y respaldo de la codificación de las respuestas textuales a valores numéricos, se deberá crear un libro de códigos donde se registrará las etiquetas de cada código.
2.6	Verificar que la data se encuentre limpia	Una vez codificada y depurada la data, se realizará una revisión final para verificar que la data este completamente limpia, es decir sin errores y completamente codificada	Base de datos	Base de datos final	La base de datos final, será sobre la que se procesará los datos por lo que es importante la revisión final, para evitar basura en el procesamiento de los datos

Formato 2.

Proceso: IV. Procesamiento

Subproceso: 3. Procesamiento

PROCESO: IV. PROCESAMIENTO					
SUBPROCESO: 3. PROCESAMIENTO					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
3.1	Enviar la base de datos y el formulario al departamento estadístico	La base de datos será enviada por correo interno al departamento de sistemas para su depuración	Correo interno	Base de datos final enviada. Formulario final enviado	El departamento estadístico se encargará del procesamiento de la información, por lo que deberán recibir la base de datos final, limpia y depurada
3.2	Ingresar el formulario digital de la encuesta en el programa de procesamiento	El formulario debe ser ingresado en el sistema en un nuevo archivo a manera de sintaxis, para la elaboración de las tablas	Formulario final	Sintaxis del formulario	La sintaxis del formulario será la que sirve para desarrollar el esquema en el que se procesará la información
3.3	Importar la base de datos al sistema de procesamiento	La base de datos es importada al sistema de procesamiento para correr las tablas estadísticas	Base de datos	Data	La información es exportada de la hoja de calculo a un archivo .sav (spss)
3.4	Correr el primer juego de tablas	Se realiza un primer juego de tablas de manera preliminar para una primera revisión	Data	Tablas preliminares	En las tablas preliminares también se puede revisar y corregir errores

3.5	Revisión de las tablas	Verificar en las frecuencias que la información no contenga información basura	Tablas preliminares	Data revisada/ corregida	Si se encuentran errores o información basura, como valores no codificados o no correspondientes, se deberá corregir la información en la base de datos y volver a exportarla
3.6	Correr el juego de tablas final y los cruces específicos	Se realiza un juego de tablas final asegurando la calidad de la información contenida, más los cruces necesarios de preguntas específicas solicitados	Data revisada/ corregida	Tablas	
3.7	Enviar las tablas estadísticas al departamento técnico	Por correo interno las tablas finales son enviadas al coordinador técnico del proyecto para el respectivo análisis	Correo interno	Tablas enviadas	Para continuar con el análisis de los datos se deberá remitir las tablas al departamento técnico

Formato 1.

Nombre del Proceso:	V. Análisis
Departamentos involucrados en el proceso:	Técnico
Responsables del proceso	Coordinador técnico
Propósito del proceso:	Realizar el análisis de toda la información levantada y generar el informe del estudio

Productos:	Informe del estudio
------------	---------------------

Formato 2.

Proceso: V. Análisis

Subproceso: 1. Frecuencias

PROCESO: V. ANÁLISIS					
SUBPROCESO: 1. FRECUENCIAS					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
1.1	Revisar la frecuencias de las tablas estadísticas de manera general	Por cada pregunta se revisará el número de respuestas validas	Tablas	Frecuencias generales revisadas	Las frecuencias deben corresponder al numero de casos aplicados para cada pregunta
1.2	Identificar preguntas especiales	De todas las preguntas habrá algunas que deberán ser tomadas en cuenta de manera especial para su análisis	Tablas	Revisión específica	Ciertas preguntas, como pro ejemplo preguntas condicionadas, merecerán una revisión especial
1.3	Identificar incongruencias	Esta revisión sirve también para identificar preguntas cuyas respuesta no correspondan	Tablas	Tablas revisadas	Las tablas servirán también para realizar correcciones de la información

1.4	Identificar valores topes	Otros tipo de preguntas importantes para tomar en cuenta son las que muestran valores topes, sean positivos o negativos	Tablas	Información consistente	Se puede identificar en las frecuencias de las tablas, si existe incongruencias con los datos
1.5	Segregar información de importancia para el análisis	De toda esta revisión de frecuencias se usará la información más relevante para el análisis del estudio.	Tablas	Análisis específico	Se podrá identificar aquí a las preguntas cuyos valores sea importante tomar en cuenta para el análisis general de la información.
1.6	Enviar la correcciones y observaciones al departamento estadístico	Todas las observaciones y correcciones sobre incongruencias o errores en las tablas, serán devueltas al departamento estadístico para su corrección y depuración final.	Tablas	Tablas estadísticas finales	

Formato 2.

Proceso: V. Análisis

Subproceso: 2. Cruces

PROCESO: V. ANÁLISIS					
SUBPROCESO: 2. CRUCES					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones

2.1	Solicitar los cruces de variables necesarios para el análisis al departamento estadístico	Mediante correo interno se solicitará al departamento estadístico que en el procesamiento de los datos también se realicen los cruces solicitados	Correo interno	Cruces de variables	Para ayudar al análisis de la información se cruzará información relevante para el estudio
2.2	Revisar los cruces de variables	Cada cruce de variables será revisado para identificar el aporte que pueda dar al análisis	Cruces de variables	Información validada	Del cruce de variables se usará la información que complemente mejor el análisis del estudio
2.3	Identificar las variables dependientes	En cada cruce se deberá determinar cual es la variable dependiente para el análisis de la pregunta, de manera que pueda ser mejor explicada	Cruces de variables	Información comprensible	La variable dependiente de los cruces de variables dependerá de lo que se quiere conseguir con la pregunta en análisis
2.4	Usar los cruces identificados para el análisis	De los cruces identificados se los usará para la presentación de la información y posterior análisis	Cruces de variables	Presentación	Se presentarán los cruces de manera clara y precisa.

Formato 2.

Proceso: V. Análisis

Subproceso: 3. Informe

PROCESO: V. ANÁLISIS					
SUBPROCESO: 3. INFORME					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones

3.1	Receptar las tablas estadísticas	El departamento estadístico nos hará entrega de las tablas después de su procesamiento	Correo interno	Tablas estadísticas finales	Las tablas estadísticas finales serán aquellas tablas depuradas con las que trabajaremos para el análisis de la información
3.2	Revisar de las tablas estadísticas	Las tablas estadísticas serán revisadas de manera general para su análisis	Tablas estadísticas finales	Análisis de la información	Este análisis servirá para elaborar la estructura del informe de resultados
3.3	Revisar los objetivos del estudio	En base a los objetivos del estudio se planteará la realización del informe final	Propuesta técnica del estudio	Objetivos revisados	El análisis deberá estar enfocada en base a los objetivos y alcance del estudio
3.4	Realizar la presentación de los resultados	Con la información de las tablas se realizará la presentación de los resultados,	Tablas estadísticas finales	Presentación de los resultados	La presentación se la realizara en un archivo digital en PowerPoint.
3.5	Generar el informe final de los resultados	Con la información contenida en las tablas y los gráficos de la presentación se realizará el informe final del estudio	Presentación de los resultados	Informe final de los resultados	El informe final de resultados contendrá toda la información recabada en el trabajo de campo.

Formato 1.

Nombre del Proceso:	VI. Evaluación
Departamentos involucrados en el proceso:	Todos
Responsables del proceso	Todos quienes participaron en los procesos anteriores
Propósito del proceso:	Retroalimentar la calidad de los procesos en

	base a las experiencias aprendidas
Productos:	Manual de procesos

Formato 2.

Proceso: VI. Evaluación

Subproceso: 1. Campo

PROCESO: VI. EVALUACIÓN					
SUBPROCESO: 1. CAMPO					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
1.1	Solicitar un informe del trabajo de campo	Comunicar al coordinador que recoja todas las opiniones y observaciones de los encuestadores con respecto al último trabajo de campo	Comunicación interna	Informe de campo	El informe de campo detallara todas las novedades encontradas en las jornadas diarias de trabajo.
1.2	Revisar el informe de campo	Se revisará el informe enviado por cada coordinador incluido del coordinador nacional.	Informe de campo	Informe revisado	En cada informe se deberá tomar en cuenta las particularidades y generalidades de cada lugar
1.3	Recoger los principales hallazgos	Del trabajo de campo se puede obtener la información más valiosa del	Informe de campo	Información validada para	La información resultante de estos informes servirá para

		trabajo, desde la ejecución del formulario hasta la validez de las respuestas		retroalimentación	mejorara los procesos y materiales de la encuesta
1.4	Informar de los resultados y acciones a tomar	A cada coordinador se le informará de los resultados de estos hallazgos y las medidas para mejorar los inconvenientes presentados	Informe general	Informes validados	La retroalimentación servirá también para que cada coordinador conozca de la importancia de estos informes y que sepan que sus opiniones cuentan

Formato 2.

Proceso: VI. Evaluación

Subproceso: 2. Productos

PROCESO: VI. EVALUACIÓN					
SUBPROCESO: 2. PRODUCTOS					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
2.1	Identificar los materiales	Hacer un recuento de todos los materiales que se usaron para la aplicación de la encuesta	Materiales	Revisión de materiales	
2.2	Identificar materiales claves	Dentro de los materiales, identificar aquellos que de alguna manera	Materiales	Materiales específicos para	Se usará estos materiales para replicarlos o modificarlos según

		pudieron causar conflictos o que facilitaron el trabajo		valoración	sea el caso, de manera que la próxima aplicación faciliten el trabajo del encuestador
2.3	Reportar los hallazgos principales	Detallar las especificaciones en cuanto un producto terminado, como el informe, no cumpla con las expectativas requeridas o cuando uno sobrepasó estas expectativas	Productos	Informe	De igual manera se tratará con los productos resultantes, de manera que se identifique a aquellos que sirvieron y aquellos que no

Formato 2.

Proceso: VI. Evaluación

Subproceso: 3. Archivos

PROCESO: VI. EVALUACIÓN					
SUBPROCESO: 3. ARCHIVOS					
N°	Actividad	Procedimientos	Insumo	Producto resultante	Observaciones
3.1	Recopilar toda la documentación usada en la elaboración del proyecto	Toda la documentación desde la propuesta técnica, hasta el informe final serán recopilados en un solo archivo	Documentación del estudio	Archivo general del estudio	Todos los documentos resultantes del estudio o generados en el proceso, se deberá almacenar en un solo archivo común
3.2	Guardar y asegurar los	Los formularios serán guardados	Formularios	Archivo general	Los formularios físicos de la

	formularios	como registro y respaldo del trabajo realizado		de formularios	encuesta deberán ser guardados como respaldo del trabajo realizado, y como respaldo de ley
3.3	Documentar la información extra	Toda la información que haya resultado fuera de los lineamientos y requerimientos del estudio deberán documentarse	Información para el estudio	Archivo general del estudio	
3.4	Archivar el proyecto	Finalmente el proyecto será archivado, para revisión y futuras consultas	Archivo general del estudio	Proyecto archivado	El proyecto o estudio puede servir como fuente de consulta y como respaldo del trabajo.

3.1.1.1. Diagramas de flujo

Los diagramas de flujo mostrados a continuación representarán al panorama general del ciclo de encuesta, desde la solicitud del estudio hasta la entrega del informe, detallando las conexiones que tienen entre sí para el cumplimiento final del estudio.

De esta manera, se puede tener una idea de la ruta que toma cada uno de los procesos anteriormente detallados, como un mapa que podrá guiar al usuario del manual a seguir el camino correcto para el cumplimiento de los objetivos.

Los diagramas de flujo en este caso tienen como finalidad guiar de manera detallada todos los pasos y procesos de este manual, de forma que todo lo anteriormente dicho tome un rumbo que visualmente se podrá vislumbrar de una mejor manera y empiece a conectar lógicamente estas ideas.

3.1.1.1.1. Simbología

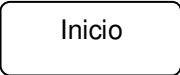
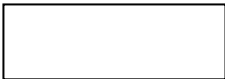
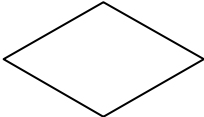
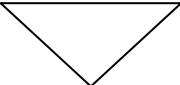
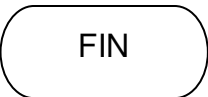
A = Departamento Administrativo

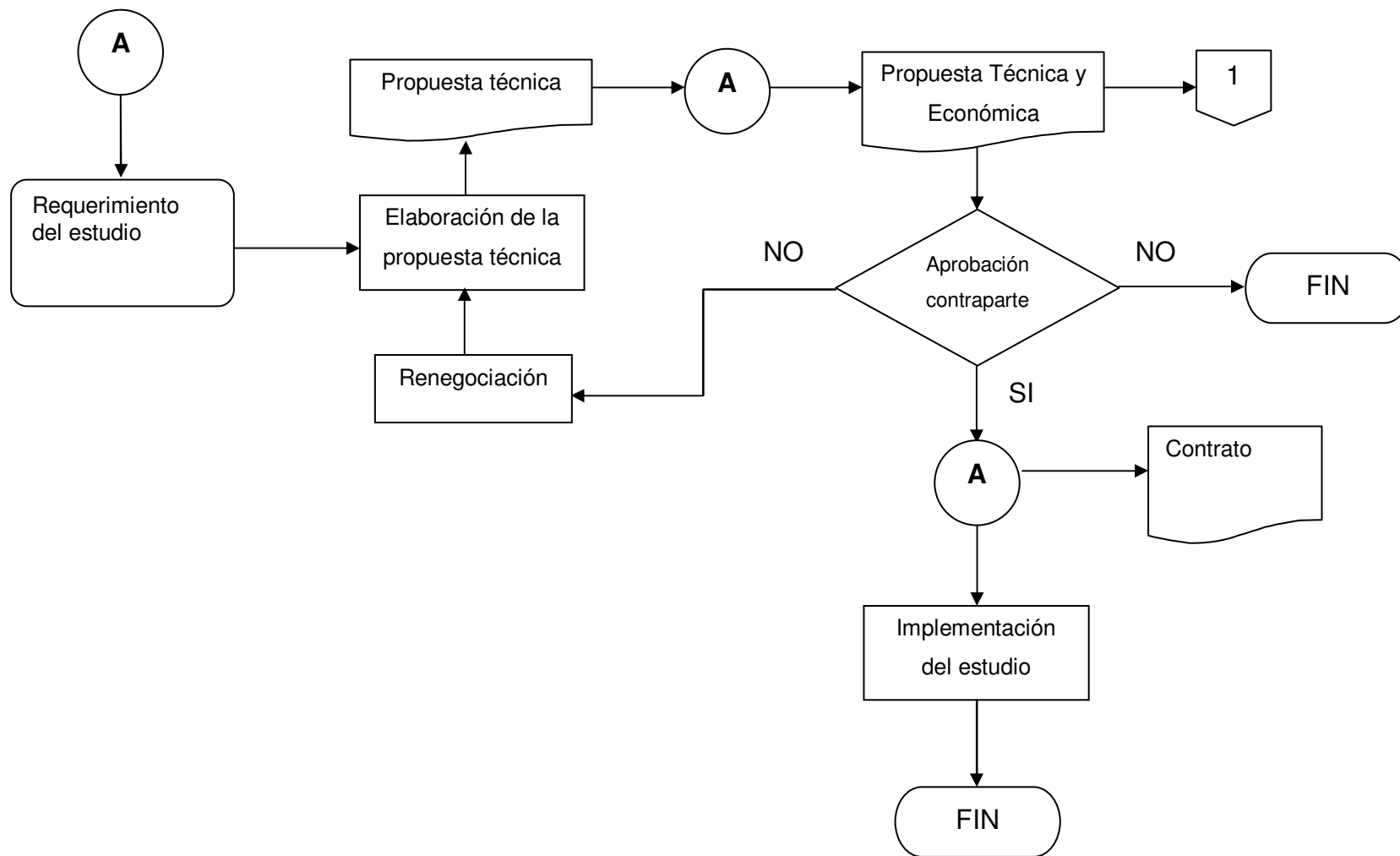
C = Departamento de operativos de campo

E = Departamento Estadístico

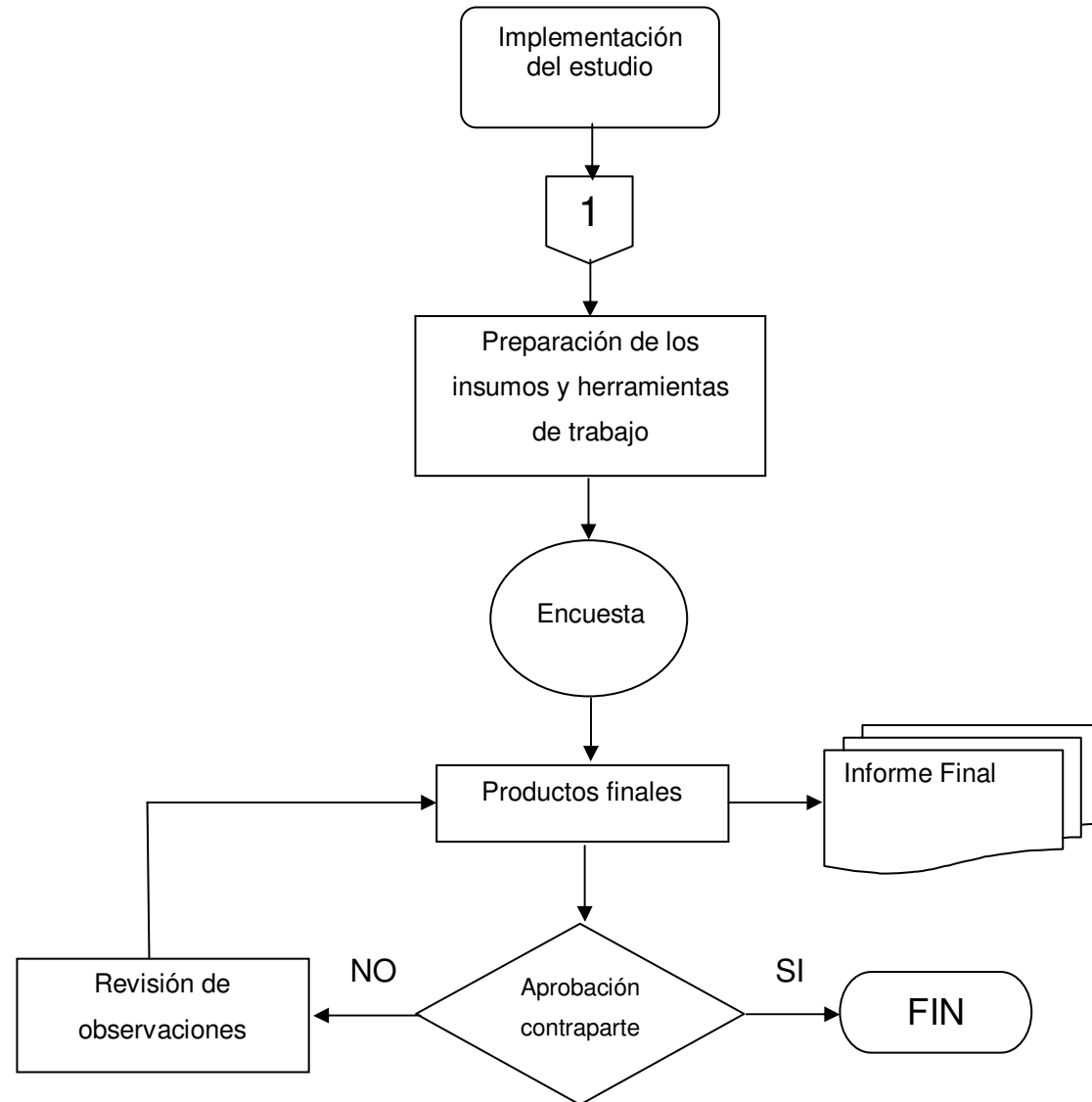
S = Departamento de Sistemas

T = Departamento Técnico

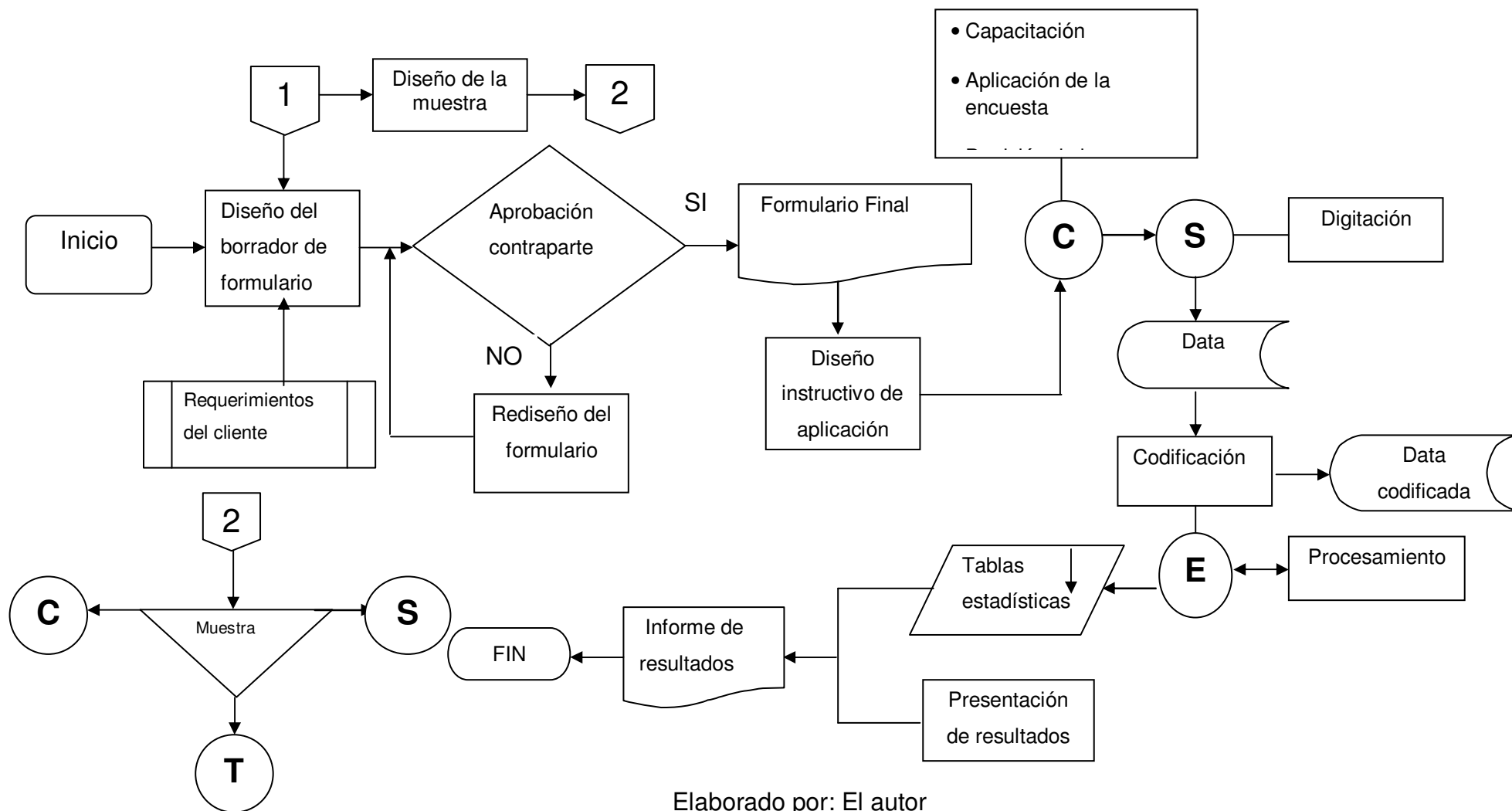
SIMBOLO	DESCRIPCION
	Indicador de inició de un procedimiento.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una tarea o actividad.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad predefinida expresada en otro Diagrama.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad de decisión o de conmutación.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad combinada.
	Conectores. Úsese para representar en un diagrama de flujo una entrada o una salida de una parte de un Diagrama de Flujo a otra.
	Documento. Representa la información escrita pertinente al proceso.
	Conector utilizado para representar el fin de un procedimiento.



Elaborado por: El autor



Elaborado por: El autor



3.1.2 Aplicabilidad como sustentación al modelo

Como se viene detallando desde el inicio de este proyecto, la importancia de contar con un manual de procesos, sobre todo con un manual que dé cuenta de las actividades del núcleo principal de una empresa que hace encuestas de opinión es de vital importancia para la organización de una empresa.

Es tanto funcional para el aparato técnico y operativo de la organización como también sirve de insumo para el reclutamiento y adiestramiento del nuevo personal.

Este manual de procesos ha sido desarrollado en base a las experiencias ganadas en el trabajo de la misma organización y ha ido evolucionando y alimentándose con el paso del tiempo y la retroalimentación de información para mejorar la calidad de los insumos que a la vez es parte de este mismo manual de procesos.

Por tanto se puede decir que este manual cuenta la realidad de sus procesos estandarizándolos y documentándolos de manera que puedan ser objeto de consulta permanente y a la vez continuar modificándose con el objetivo de continuar brindando información veraz sobre la guía de los procesos a seguir y reestructurando de manera sencilla y en base a las necesidades de cada estudio y de la realidad.

La aplicabilidad de este manual es efectiva en un 100% en cuanto a que fue desarrollado en el transcurso de la ejecución de los mismos procesos que son detallados y es totalmente eficaz en cuanto a que el mismo desarrollo del manual, ciertos procesos se mejoraron, restablecieron, se reestructuraron y modificaron con la finalidad de garantizar un trabajo de calidad, reduciendo costos y disminuyendo tiempos de ejecución y de entrega.

Uno de los ejemplos a tomar en cuenta sobre el mejoramiento de los procesos a través de este manual, es que al momento de distribuir la muestra de la encuesta, los coordinadores de campo no tomaban parte del proceso y cuando

tenían que aplicar la encuesta se encontraban con limitaciones logísticas por cuestiones de tiempos, accesibilidad o presupuesto, teniendo que modificar la encuesta durante el trabajo de campo, aumentando los tiempos para la culminación de trabajo y algunos casos aumentando los costos de ejecución del trabajo.

Otra característica que la elaboración del manual consiguió y que en comparación con el trabajo que se venía haciendo, es que, anteriormente no se tenían tantos filtros de revisión de los formularios como de las bases de datos, que es muy importante tengan un filtro con las elaboración de cada proceso garantizando así la pureza de la información.

Estos entre otros tantos aspectos, que la elaboración de una manual de procesos puede lograr al momento de ser puesto en marcha, mucho antes incluso de su aplicación completa, sino en su mismo desarrollo.

De esta manera se quiere mencionar, que un manual de procesos en sí puede garantizar el descubrimiento de falencias en los procesos, tiempos perdidos, recursos innecesarios o procesos innecesarios, y que desde la conjetura de elaboración de una manual de procesos se pueden empezar a descubrir.

Por tanto y por sí solo, la elaboración de una manual de procesos nos garantizará al menos descubrir errores y mejorar procesos, y la aplicación del mismo manual, nos dará una perspectiva de mejoramiento continuo tomando en cuenta que los manuales de procesos como este, deben ser flexibles al cambio.

4. CAPITULO IV

4.1. Presupuesto

RESUMEN DE PRESUPUESTO

ITEM	CONCEPTO	VALOR TOTAL \$ USD
A	SUELDOS	
	Sueldos Personal Técnico	20000,00
	Sueldos Personal Auxiliar	51500,00
B	COSTOS DIRECTOS Y MISCELANEOS	59600,00
	TOTAL GENERAL (A+B)	131100,00

SUELDOS DEL PERSONAL TECNICO (LOS SUELDOS INCLUYEN CARGAS SOCIALES)

ITEM	CATEGORIA	CANTIDAD	TIEMPO PREVISTO	SUELDO \$ USD	
				SUELDO MENSUAL	TOTAL
1	Director de Proyectos	1	4	1500,00	6000,00
2	Coordinador de Proyecto	1	4	1500,00	6000,00
3	Coordinador Estadístico	1	4	1000,00	4000,00
4	Líder de Campo	1	4	1000,00	4000,00
TOTAL					20000,00

SUELDOS DEL PERSONAL AUXILIAR (LOS SUELDOS INCLUYEN CARGAS SOCIALES)

ITEM	CATEGORIA	CANTIDAD	TIEMPO PREVISTO	SUELDO \$ USD	
				SUELDO MENSUAL	TOTAL
A	PERSONAL AUXILIAR				
	COORDINACION DE SISTEMAS Y PROCESAMIENTO DE DATOS	1	4	700,00	2800,00
	COORDINACION NACIONAL DE CAMPO	1	4	650,00	2600,00
	Coordinadores Provinciales	12	1	500,00	6000,00
	Encuestadores	60	1	400,00	24000,00
	Verificadores	5	1	300,00	1500,00
	Digitadores	10	1	300,00	3000,00
	Entrevistadores	5	1	400,00	2000,00
	Personal Administrativo	4	4	600,00	9600,00
					51500,00

COSTOS DIRECTOS Y MISCELANEOS

ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR (DOLARES)	
				MENSUAL	TOTAL
A	MOVILIZACION	1	4	4200,00	16800,00
B	ALIMENTACION Y HOSPEDAJE	1	4	4000,00	16000,00
C	MATERIALES DE OFICINA	1	4	1500,00	6000,00
D	COMUNICACIÓN	1	4	700,00	2800,00
E	GARANTIAS	2	1	4000,00	4000,00
F	GASTOS ADMINISTRATIVOS (ARRENDAMIENTOS Y EQUIPOS)	1	4	3000,00	12000,00
G	ELABORACION DE INFORMES	1	4	500,00	2000,00
TOTAL					59600,00

Fuente: Departamento administrativo

Este presupuesto corresponde a un programa de estudios de opinión pública mediante el uso de encuestas, en un plazo de investigación de 4 meses. Los gastos están estimados en cuanto al número de encuestas y el número de preguntas por cada encuesta, para determinar el número de encuestadores y supervisores, así como los lugares en donde se realizarán estas encuestas.

5. CAPITULO V

5.1. Conclusiones

Si bien es cierto, una empresa puede funcionar sin la necesidad de contar con manuales de procesos que guíen y estructuren sus funciones, usando nada más la experiencia de su funcionamiento y delimitando su accionar a políticas o normas operacionales.

Aunque el trabajo realizado dentro de una empresa puede ser metódico, el sistema general de su funcionamiento puede que no se encuentre vigilado o supervisado más que por el mismo operativo de funcionamiento y no tenga un operativo de control y registro, teniendo una retroalimentación poco práctica debido a que el aprendizaje no es documentado y funciona sobre la marcha, consiguiendo que no todas las experiencias sean tomadas en cuenta, y esto a su vez no garantiza que el mejoramiento de un sistema sea el correcto si no se tienen registros de comparación y control.

Las estructuras organizacionales funcionan debido al cumplimiento de los lineamientos jerárquicos estructurales y respetando las normas de su funcionamiento en base a los roles de mando de la organización. Si una estructura rompe con el sistema organizacional, la empresa puede generar caos de organización ya que las líneas de comunicación y mando han sido fracturadas.

De igual manera funcionan cada uno de los procesos de una empresa, tomando en cuenta que cada sistema operacional funciona como la estructura de una empresa, tienen una organización y busca un objetivo, y cada sistema tiene un mapa de procesos a seguir al igual que el mapa u organigrama de la empresa, por tanto se puede decir que cada sistema merece también el mismo respeto por seguir las normas de procedimiento así como se hace con la estructura general de una empresa.

Es así que la implementación de manuales de procesos que registren el correcto funcionamiento de los mismos, garantizan la funcionalidad de un sistema y este a la vez conectado con todos los sistemas logra que cada estructura de procesos alcance sus metas y objetivos, comparándose con el efecto dominó que logrará que la empresa pueda ser productiva de una manera mucho más eficiente.

El aprendizaje ganado con la continua funcionalidad de un proceso es tan enriquecedor para un proceso, como el ingreso económico para una empresa. Pero si este aprendizaje no es registrado de manera sistemática, siguiendo los pasos necesarios y respetando el real cumplimiento de los procesos, no se podrá contar con un real aprendizaje.

El manual de procesos logrará en definitiva registrar, analizar y simplificar las actividades, generando acciones que favorezcan a las prácticas que lleven a la eficiencia y a la eficacia, eliminen el desperdicio de tiempo, esfuerzo y materiales y conduzcan a sostener una cultura de calidad.

En el desarrollo de este trabajo de tesis, se pudo concluir a la par que en el mismo momento del análisis y estructuración de un manual de procesos, ya se pueden obtener resultados sin la necesidad de poner en real cumplimiento el manual de procesos, es decir, que mientras se toman en cuenta todas las características y parámetros para el desarrollo y cumplimiento de un proceso, se pueden descubrir falencias existentes que pueden ser cambiadas y mejoradas en la marcha, de igual manera

funcionará para aprovechar y replicar actividades o procedimientos que puedan mejorar un proceso.

Se pudo también apreciar que relaciones interdepartamentales que se encuentran involucradas en inmersas en los procesos se pueden afianzar, a la vez que generan fuentes de comunicación más lineales y se disminuyen los procesos burocráticos innecesarios. Los responsables de la ejecución de procesos, logran de alguna manera una mayor responsabilidad por el trabajo realizado haciendo conciencia de la importancia que tiene su trabajo para el desenlace final del producto, así como la importancia que tiene su trabajo para el desarrollo en conexión con otros procesos y departamentos, y de igual manera la importancia del trabajo de los otros.

Al lograr que cada uno de los involucrados en el cumplimiento de un sistema de procesos conozca sobre la importancia de su labor dentro del sistema, y sobre todo que conozca sobre el trabajo que realizan los demás para el desarrollo del mismo, ayuda a que todos se comprometan mucho más con la labor que están haciendo fomentando el trabajo en equipo.

La detección de problemas y solución de conflictos y es más eficiente cuando la cadena de procesos se encuentra conectada y cada departamento conoce sobre estas conexiones, convirtiéndose en algo más participativo y dinámico.

Por tanto, la necesidad de implementación y uso de manuales de procesos es imperativa para el correcto funcionamiento de una empresa, en especial si se cuenta con varios procesos y mucho más aún si estos pueden ser volubles debido a necesidades y exigencias también inconstantes del mercado.

5.2. Recomendaciones

Tomando en cuenta que no bastan las normas, sino, que además, es imprescindible el cambio de actitud en el conjunto de los trabajadores, en materia no solo de hacer las cosas bien, sino dentro de las prácticas definidas en la organización, es importante recalcar que la participación de todos los involucrados en los procesos, tomen parte de la elaboración de un manual de procesos, ya que como se mencionó, desde el inicio del desarrollo de un manual de procesos se pueden hacer descubrimientos importantes y de sus trascendencia para el manual y sus procesos.

De esta manera, el involucramiento del personal de la empresa debe ser prioritario para que conozcan sobre lo que se está haciendo y la importancia que tiene su trabajo para el cumplimiento de las metas establecidas con cada proceso.

El manual debe ser expuesto como un documento de consulta permanente, no solo para los involucrados en los procesos inmersos en el manual, sino también para todo el personal de la empresa, y debido que el manual es flexible de cambio, se recomienda que cada vez que se generen cambios en los procesos y por ende en el manual, estos cambios sean comunicados de manera inmediata, para conocimiento general de la empresa y quienes quieran hacer uso del manual.

Este manual, y todos los que a partir de este puedan surgir, deben tener siempre una fecha de elaboración, una fecha de revisión y una fecha de modificación para constancia, respaldo y conocimiento de todo el personal de la empresa.

El cumplimiento a cabalidad del manual de procesos es lo que en verdad va a garantizar que todo lo expuesto a lo largo de este proyecto, pueda cumplirse, y como las normas y políticas empresariales, son ejecutadas de manera tácita por su obligatoriedad, el manual de procesos deberá

también deberá ser acatado al pie de la letra, teniendo la misma importancia que cualquier otra norma preestablecida.

Es por eso la importancia y participación de todos los involucrados en los procesos, de manera que el cumplimiento de este manual no se vuelva de carácter obligatorio, que aunque en el fondo lo es, sino que se lo haga por el simple respeto de los procesos y de la importancia que estos tienen al momento de validar el trabajo de cada uno de los trabajadores,

Al ser también este manual un documento integro de la empresa que forma parte de un archivo general para consulta y modificación, se recomienda también, por su capacidad analítica y explicativa, que pueda ser usado como un instrumento de adiestramiento en la inducción de personal de la empresa

Se recomienda finalmente, usar este modelo de manual de procesos para el ciclo de encuestas y replicarlo de manera particular en todas y cada una de las áreas y procesos de la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.

6. CAPITULO VI

6.1. Bibliografía

Para el desarrollo de este proyecto de tesis se usó la principal fuente de consulta que es la empresa Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda., usando la información contenida en documentos y archivos propios de la empresa, así como el apoyo de todos los involucrados en los procesos de este manual, el aporte con su conocimiento y experiencia en el trabajo realizado.

6.2. Bibliografía y fuentes de consulta

- FREDERICK W, Taylor, *Principios de la administración científica - La base de la organización piramidal administrativa-*, 1911.
- EFMQ (*Fundación Europea para la Gestión de la Calidad*) ISO (*Organización de Estándar Internacional* 9000 2000), Modelos de gestión y calidad total. 2004
- LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA R.O. 395 - 04/08/2008
- STANTON, Etzel y Walker, *"Fundamentos de Marketing"*, McGraw Hill. 13a. Edición, 2004, Pág. 212.
- SANDHUSEN L. Richard. *"Mercadotecnia"*, Compañía Editorial Continental, Primera Edición 2002, Pág. 229.
- ANDINO, Patricio. *"Investigación Social, Métodos y Técnicas"*, Págs. 182 a 189
- RODRÍGUEZ, Nelson. *"Teoría y Práctica de la Investigación Científica"*. Págs. 204 a 209 y 252 a 265
- MALHOTRANARESH, Pearson. *"Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado"*, Educación de México, S.A. de C.V. Cuarta Edición, 2004, Págs. 115 y 168
- TRESPALACIOS GUTIÉRREZ, Juan, VÁZQUEZ CASIELLES, Rodolfo y BELLO ACEBRÓN, Laurentino, *"Investigación de Mercados"*, International Thomson Editores, 2005, Pág. 96.
- BARBER, Hugo, *Métodos cualitativos de la investigación: encuesta*. En: SALAS, Edgar, *Comunicación Política*, CIESPAL, Quito, Ecuador.
- MARDESIC, Vjekoslav, *Estadísticas Electorales del Ecuador 1978-7987*, ILDIS, 1987, Quito, Ecuador.
- DICCIONARIO DE MARKETING, de Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 113.

- VIVANCO, MANUEL. *Muestreo Estadístico. Diseño y Aplicaciones*, (Editorial Universitaria, Santiago de Chile 2005).
- BARBBIE, EARL, *The Practice of Social Research* “La práctica de la investigación social”, (Wadsworth Publishing Co., Belmont, California 1979).
- Santiago Pérez, Director Técnico “Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.”
- Alexander Amézquita, Matemático Estadístico “Santiago Pérez Investigación y Estudios Cía. Ltda.”
- PUENTE, Wilson, RRPPnet Portal de Relaciones Públicas, “*Técnicas de Investigación*”, en la web: <http://www.rrppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>, 07 de junio de 2011.
- ARIAS LÓPEZ, Jorge, Ciencias Sociales de Extremadura, “*Qué son los estudios de opinión*”, en la web: <http://sociologiaext.wordpress.com/2007/09/25/%C2%BFque-son-los-estudios-de-opinion-un-extracto-elaborado-por-jorge-arias-lopez/>, 07 de junio de 2011.
- BUEHRING, Simon, Mujeres de empresas, “*Gestión de procesos: las 7 mejores prácticas*”, en la web: <http://www.mujeresdeempresa.com/management/060501-gestion-de-proyectos-mejores-practicas.shtml>, 15 de julio de 2011.
- Excelencia Empresarial, “Gestión de Procesos”, en la web, http://web.jet.es/amozarrain/Gestion_procesos.htm, 27 de julio de 2011.
- THOMSON, Ivan, Promonegocios.net, “Tipos de encuesta”, en la web: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-tipos.html>, 30 de julio de 2011.