

Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito
Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa

Manual para encuestas de victimización



NACIONES
UNIDAS

OFICINA DE LAS NACIONES UNIDAS CONTRA LA DROGA Y EL DELITO
COMISIÓN ECONÓMICA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EUROPA

MANUAL PARA ENCUESTAS DE VICTIMIZACIÓN



NACIONES UNIDAS
Ginebra, 2010

NOTE

La presente publicación es una traducción de un texto que no ha sido objeto de edición oficial. Los límites geográficos y nombres y las designaciones que figuran en todos los mapas de esta publicación no cuentan necesariamente con la aprobación o aceptación oficial de las Naciones Unidas.

ECE/CES/4

Traducción al español por la Oficina de las Naciones Unidas contra la droga y el delito, Oficina de Enlace en Nuevo León, México. ONUDD y CEE agradecen al Departamento de Seguridad Pública de la Secretaría de Seguridad Multidimensional de la OEA por la revisión de la traducción al español.

PREFACIO

Este manual es la primera tentativa para el desarrollo de lineamientos metodológicos a nivel internacional para el diseño de encuestas de victimización.

Este manual ofrece una fuente exhaustiva de información para desarrollar encuestas nacionales de victimización y será particularmente útil para aquellos países que emprendan encuestas de este tipo por primera vez. Su objetivo final es ayudar en la comparación de los resultados de las encuestas de victimización. Ofrece un conjunto mínimo de datos de temas clave sugeridos para que sean incluidos en las encuestas nacionales de victimización delictiva que facilita aún más la comparación internacional de los resultados de las encuestas de victimización.

Este manual no pretende prescribir qué métodos deben usarse, sino ilustrar ejemplos del tipo de metodologías que están disponibles, incluyendo las ventajas y desventajas de los distintos métodos. También muestra las experiencias que se tuvieron en países con una amplia trayectoria en el diseño de encuestas nacionales de victimización delictiva. Estos ejemplos también ayudan a tomar decisiones bien fundadas que se ajusten a las circunstancias particulares de cada caso.

Este es el primer paso hacia los objetivos más amplios a largo plazo de mejorar la capacidad de comparar las estadísticas internacionales sobre el delito en general y de desarrollar un sistema integrado de colecciones de datos sobre las víctimas junto con las estadísticas policiales, judiciales, de los tribunales y de los servicios correctivos.* Este manual ha sido respaldado por la Conferencia de Estadísticos Europeos

El manual para encuestas de victimización delictiva ha sido desarrollado mediante un esfuerzo conjunto de La Comisión de ONUDD-CEE para encuestas de victimización delictiva, que está compuesta por los siguientes miembros:

Soula MacFarlane (Agencia Estadística de Australia, presidenta de la Comisión)
 Jodi-Anne Brzozowski (Estadística Canadiense)
 Karen Mihorean (Estadística Canadiense)
 Maria Giuseppina Muratore (Istat, Italia)
 Frits Huls (Estadística de Holanda)
 Beata Gruszczynska (Instituto de Justicia de Polonia)
 Alison Walker (Ministerio del Interior, Reino Unido)
 Jon Simmons (Oficina de Estadística Nacional, Reino Unido)
 Michael Rand (Oficina Estadounidense para Estadísticas sobre la Justicia)
 Kauko Aromaa (Instituto Europeo para la Prevención y Control del Delito (HEUNI))
 Joanna Goodey (Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea— FRA)
 Sami Nevala (Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea— FRA)
 Geoffrey Thomas (Eurostat)

ONUDD y CEE expresan su agradecimiento a los expertos antes mencionados y sus respectivas instituciones, así como a Angela Me, Anna Alvazzi Del Frate, Steven Malby y Philip Davis (ONUDD), y Paolo Valente (CEE) por su cooperación en el desarrollo de este manual. ONUDD y CEE también agradecen el apoyo de la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat), que contribuyó con la publicación del presente manual.

* Consultar el informe de la Reunión Conjunta de CEE-ONUDD sobre Estadísticas Delictivas, sostenida del 3 al 5 de noviembre de 2004 en Ginebra (<http://www.unece.org/stats/documents/ces/2004/48.e.pdf>) y también el informe de la Reunión Conjunta de CEE-ONUDD sobre Estadísticas Delictivas, sostenida del 21 al 23 de octubre de 2008 en Viena (<http://unece.org/stats/documents/ece/ces/ge.14/2008/10.e.pdf>).



CONTENIDO

RESUMEN DE LOS CAPÍTULOS	ix
I. INTRODUCCIÓN	
A. Propósito del Manual	1
B. Historia de las encuestas a víctimas: evolución y dónde nos encontramos actualmente	1
C. Un mensaje para los diseñadores de políticas	4
D. Limitaciones de las encuestas de victimización delictiva	5
E. Referencias	6
II. PLANIFICACIÓN DE UNA ENCUESTA SOBRE VICTIMIZACIÓN DELICTIVA	
A. Encuestas de victimización y otros tipos de estadísticas delictivas oficiales	7
B. Diferencias entre las encuestas a las víctimas y los datos reportados por la policía	9
C. Elementos para permitir la comparación a nivel internacional: lista tentativa de temas clave	11
D. Referencias	12
III. CUESTIONES METODOLÓGICAS	
A. Introducción — el proceso de la encuesta de victimización	13
B. Metas/objetivos/propósitos del historial de encuesta/recolección	15
C. Garantía de calidad	19
D. Restricciones presupuestales, de tiempo y de otro tipo	20
E. Poblaciones objetivo	25
F. Marcos de muestreo de la encuesta	26
G. Diseño del muestreo	30
H. Frecuencia de la enumeración	45
I. Referencias	47
IV. CONTEO DE DELITOS Y VÍCTIMAS	
A. Cómo contabilizar los delitos y las víctimas	49
B. Estructura de la encuesta	54
C. Componentes de la encuesta	56
D. Delitos contra el hogar	88
E. Experiencia de victimización personal	91
F. Seguimiento para las víctimas	105
G. Preguntas actitudinales generales	109
H. Determinación de si la información puede obtenerse en otras fuentes y ser vinculada a los datos de la encuesta	112
I. Comparación de las encuestas de victimización	114
J. Operaciones de recolección y captura de datos	126
K. Periodo de referencia	138
L. Referencias	142
V. DISEÑO DE CUESTIONARIOS	
A. El diseño	146
B. Asuntos específicos de las encuestas de victimización	154
C. Consideraciones culturales y lingüísticas	178
D. Pruebas previas y encuesta piloto	182
E. Resumen	186
F. Referencias	187

VI. ENTREVISTA

A. La falta de respuesta y el error asociado con el encuestado	188
B. Selección y capacitación de entrevistadores	200
C. Calidad de la entrevista	209
D. Referencias	216

VII. PROCESAMIENTO DE DATOS, ESTIMACIONES Y ANÁLISIS

A. Procesamiento de datos y estimación	218
B. Análisis y presentación	224
C. Referencias	228

VIII. CONSIDERACIONES ÉTICAS

A. Proteger a los encuestados	230
B. Otras consideraciones éticas	234
C. Referencias	237

IX. DIFUSIÓN DE DATOS Y DOCUMENTACIÓN

A. Alcance y propósito	238
B. Referencias	252

X. CERRAR EL CÍRCULO – EVALUACIÓN DE ENCUESTAS TERMINADAS

A. La importancia del proceso de evaluación	254
B. Calidad de los datos	255
C. Objetivos de la encuesta	256
D. Utilidad de la encuesta	256
E. Revisión de los protocolos de la encuesta	257
F. Investigación metodológica	257
G. Referencias	257

APÉNDICE A

Glosario de términos relacionados con encuestas	193
---	-----

APÉNDICE B

Otras encuestas sobre delitos y victimización (Encuestas a negocios, encuestas sobre corrupción)	199
--	-----

APÉNDICE C

Lecciones des estudio piloto de la encuesta internacional sobre violencia contra la mujer (IVAWS por sus siglas en inglés)	198
--	-----

APÉNDICE D

Resultados principales de inventario ONUDD-CEE de encuestas a víctimas	214
--	-----

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.	Temas clave para la comparación a nivel internacional	12
Tabla 2.	Factores utilizados comúnmente para filtrar encuestados minoritarios, y su alcance	44
Tabla 3.	Contenido de la encuesta de acuerdo a su propósito	54
Tabla 4.	Tipos de delitos incluidos en las encuestas para víctima	59
Tabla 5.	Tipos de delito que pueden incluirse en las encuestas generales en hogares, por categoría de víctima	60
Tabla 6.	Ejemplos de tipos de delito de contacto y sin contacto que pueden incluirse en las encuestas generales en hogares	60
Table 7.	Temas ajenos al delito incluidos en las encuestas para víctimas	77
Table 8.	Encuestas en hogares que incluyeron módulos de victimización en el inventario de la ONUDD-CEE	79
Table 9.	Desafíos a la capacidad de comparación de las estadísticas oficiales de la policía y las encuestas para víctimas	82
Tabla 10.	Efectos de memoria en las encuestas de victimización	85
Tabla 11.	Diseño de la muestra y desafíos para la posibilidad de que sea comparable	86
Tabla 12.	Modo de encuesta de las encuestas de victimización del inventario de la ONUDD-CEE, 2005	91
Tabla 13.	Desafíos y posibles enfoques	132
Tabla 14.	Proporción de la población que experimentó una o más victimizaciones delictivas en los pasados 12 meses	168
Tabla 15.	Proporción de la población que experimentó una victimización delictiva en los pasados 12 meses por estatus aborígenes	168
Tabla 16.	Víctimas de robo: tipo de arma utilizado en el incidente más reciente	188

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.	Proceso usado para traducir los requisitos del usuario a una metodología de encuesta	13
Figura 2.	Proceso punta a punta de las encuestas de victimización delictiva	14
Figura 3.	Proporción ilustrativa del presupuesto para cada etapa de la encuesta	23
Figura 4.	La relación entre la población objetivo, población de la muestra y el marco de muestreo	27
Figura 5.	Componentes de la muestra	31
Figura 6.	Distribución de los periodos de referencia en un año financiero de entrevistas de la encuesta británica sobre el delito (BCS) (abril-marzo)	103
Figura 7.	Diagrama de flujo del diseño de cuestionarios	105
Figura 8.	Población objetivo — Marco — Muestra — Estimaciones	164



RESUMEN DE LOS CAPÍTULOS

Capítulo I. Introducción

El Capítulo I de este Manual ofrece una introducción al manual y su propósito, una breve reseña de las encuestas de victimización delictiva, mensajes clave para los autores de políticas y una breve discusión de las limitaciones de las encuestas sobre las víctimas del delito.

Capítulo II. Planificación de una encuesta de victimización delictiva

El Capítulo II de este Manual describe la relación entre la información obtenida al conducir encuestas de victimización delictiva y aquella obtenida en las estadísticas delictivas registradas por la policía. Discute las diferencias entre las encuestas a las víctimas y los datos reportados por la policía y sugiere buenas prácticas para intentar comparar los datos de ambas fuentes. Por último, propone una lista tentativa de temas clave que podrían ser considerados como elementos para la comparación de las encuestas a las víctimas a nivel internacional.

Capítulo III. Problemas metodológicos

El Capítulo III de este Manual ofrece un panorama general del proceso de encuesta, las principales diferencias en el tipo de encuesta sobre la victimización que están disponibles para el administrador de la encuesta, las metas y objetivos clave que podrían identificarse en cualquier encuesta de victimización junto con algunos de los problemas metodológicos relativos a la materialización de dichos objetivos usando una encuesta social. Describe el proceso de organización de una encuesta y discute los grupos de población objetivo, las opciones de muestreo y la frecuencia de la enumeración.

Capítulo IV. Conteo de delitos y víctimas

El Capítulo IV del presente Manual examina la manera en la que las encuestas de victimización criminal podrían realizar el conteo de delitos y víctimas. Considera los conceptos de prevalencia e incidencia y discute las cuestiones de la victimización múltiple y reincidente. Este Capítulo también ofrece una guía sobre la estructura típica de una encuesta sobre victimización delictiva y examina a profundidad la forma de las preguntas que comúnmente se presentan, incluyendo aquellas relacionadas con el miedo al delito del encuestado, la experiencia del delito doméstico, la experiencia de victimización personal, el reporte de los delitos ante las autoridades y cuestiones actitudinales generales. Este Capítulo prosigue examinando los modos de encuesta, cubre las entrevistas cara a cara, las entrevistas telefónicas, las entrevistas auto-aplicadas, los cuestionarios por Internet y las entrevistas combinadas. Concluye con una discusión sobre los métodos de captura de datos y los periodos de referencia de las encuestas.

Capítulo V. Diseño de cuestionarios

El Capítulo V del presente Manual describe los patrones típicos de pregunta que pueden incluirse en las encuestas de victimización delictiva. Examina el uso de preguntas de filtro, preguntas incidentes, modalidades de respuesta y patrones de respuesta a las preguntas. El Capítulo V además considera la realización de pruebas previas a los cuestionarios de encuesta y la conducción de encuestas piloto.

Capítulo VI. Entrevista (en caso de no ser una encuesta respondida por el propio encuestado, sino por un tercero)

El Capítulo VI del presente Manual aborda cuestiones asociadas con la conducción de entrevistas, incluyendo la falta de respuesta, el responder a través de terceros, la capacitación de los entrevistadores y el control de calidad a lo largo del proceso de entrevista.

Capítulo VII. Procesamiento, cálculo y análisis de los datos

El Capítulo VII de este Manual examina el procesamiento de los datos, incluyendo la transferencia de datos del cuestionario, los procesos de codificación, revisión y edición. Explora las maneras en que se pueden analizar y presentar los datos de las encuestas de victimización, incluyendo la manera en que deben ser interpretados con miras a comunicar los hallazgos clave y los resultados.

Capítulo VIII. Consideraciones éticas

El Capítulo VIII del Manual se ocupa de la importante área de las consideraciones éticas. Aborda tanto la protección de los encuestados por medio del consentimiento informado y la protección de la privacidad y la confidencialidad, así como los estándares de difusión de datos.

Capítulo IX. Publicación y difusión

El Capítulo IX del Manual aborda los principios y lineamientos para la difusión y documentación de los datos, incluyendo los formatos para la difusión y los estándares para los metadatos y las referencias. Analiza la cuestión de las relaciones con los medios y los controles a la divulgación de datos, incluyendo la importancia de preservar la confidencialidad de los encuestados.

Capítulo X. Cerrar el círculo — evaluación de las encuestas respondidas

El Capítulo X del Manual muestra la importancia del proceso de evaluación en el ciclo de vida de las encuestas de victimización delictiva.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1. El Capítulo I de este Manual ofrece una introducción al manual y su propósito, una breve reseña de las encuestas de victimización delictiva, mensajes clave para los autores de políticas y una breve discusión de las limitaciones de las encuestas sobre las víctimas del delito.

A. Propósito del Manual

2. Las fuentes administrativas (como las estadísticas policiales o judiciales) no pueden ofrecer por sí mismas un análisis suficientemente confiable y exhaustivo del delito. Las encuestas a las víctimas son ya una herramienta reconocida que ayuda a los gobiernos y su público a comprender sus problemas delictivos y la mejor manera de abordarlos. El Manual para las Encuestas de victimización de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDD) – Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (CEE) ofrece una fuente exhaustiva de información para desarrollar una encuesta nacional de victimización y sobre las cuestiones clave que deben tomarse en cuenta, incluyendo el enfoque a asumir, los métodos disponibles, algunas cuestiones analíticas y la presentación de resultados. Este manual es la primera tentativa para el desarrollo de lineamientos metodológicos a nivel internacional para el diseño de encuestas de victimización.

3. El Manual responde preguntas típicas que se presentan al diseñar y planear una encuesta de victimización, como: ¿Cuáles son los requisitos mínimos de una encuesta para víctimas? ¿Con qué frecuencia deben repetirse las encuestas a las víctimas? ¿Cómo debe organizarse la encuesta? ¿Qué tipos de delito deben incluirse? ¿Qué lapso debe cubrirse? ¿Cuál es el mejor diseño de muestreo que se puede adoptar? ¿De qué manera afectan los métodos de entrevista la capacidad de comparar los resultados? ¿Cómo se deben seleccionar y capacitar los entrevistadores? ¿De qué manera se debe monitorizar y reportar la calidad y las limitaciones de la encuesta?

4. Estas preguntas son particularmente relevantes para los países que estén en proceso de desarrollar programas de encuesta para víctimas por primera vez, y que tienen experiencia limitada en el área. En este Manual, los países que tienen una amplia trayectoria en el diseño de encuestas nacionales de victimización comparten sus conocimientos y experiencias con la comunidad internacional.

5. Ninguna fuente por sí misma provee una medición definitiva de la victimización en la sociedad. Cuando ocurre la victimización delictiva existe una variedad de maneras en que puede medirse y distintas etapas en las que se puede realizar la medición. La medición puede darse al momento que la persona percibe haber sido víctima de delito, cuando el delito es denunciado a la policía y/o al momento en que se presentan cargos. No es posible realizar una comparación perfecta entre estas distintas estadísticas porque las encuestas a las víctimas reflejan las experiencias de victimización tal como son percibidas por las víctimas, mientras que las otras fuentes son producto de distintos sistemas administrativos y procesos operativos que varían debido a las diferencias entre los códigos legales, los sistemas operativos y los diferentes contextos culturales.

6. Este Manual se enfoca en las encuestas nacionales de victimización doméstica, pero se incluyen referencias, siempre que son pertinentes, a encuestas internacionales como la Encuesta Internacional a Víctimas del Delito (ICVS — consulte los párrafos 20-21) y otras encuestas de poblaciones sub-nacionales. La ICVS juega un papel importante en el suministro de datos armonizados sobre la victimización, permitiendo la realización de comparaciones entre países, mientras que las encuestas a las víctimas a nivel nacional y sub-nacional suelen tener un alcance y un muestreo mayor para permitir un enfoque más detallado sobre temas de relevancia particular para un país específico.

7. El Manual aborda los procesos empresariales de punta a punta para el desarrollo y la conducción de encuestas de victimización delictiva, así como para la difusión de la información de dichas encuestas. Estos conceptos se presentan más adelante en esta sección introductoria.

B. Historia de las encuestas a víctimas: evolución y dónde nos encontramos actualmente

8. Las encuestas a las víctimas fueron desarrolladas como metodología de manera bastante tardía, y fueron parte del crecimiento general de los métodos positivistas y cuantitativos en las ciencias sociales relacionados al establecimiento del Estado-Nación y el diseño de formas modernas de gobierno para comprender su población y su entorno, y para ofrecer una base de evidencia para el desarrollo de intervenciones por medio de políticas.

9. Las primeras encuestas sociales, como ‘El trabajo y los pobres en Londres’ (1851) de Henry Mayhew y ‘La vida y el trabajo de la gente de Londres’ (1889-1903) de Charles Booth implicaron entrevistar a los sujetos sobre sus condiciones y actitudes sociales. La primera ocasión en que se consideró la recolección de estadísticas delictivas a nivel internacional fue en el Congreso General Estadístico de Bruselas en 1853. El siguiente esfuerzo de importancia que se conoce se realizó en el Congreso Internacional sobre la Prevención y Represión del Delito, realizado en Londres en 1872. En estas reuniones surgió un factor que ha continuado en primer plano en todos los esfuerzos subsiguientes, es decir, el problema de la comparación de las definiciones.¹

10. La medición gubernamental del delito inicialmente se enfocó en fuentes administrativas, como las estadísticas policiales y judiciales. En la arena internacional, en 1978 se estableció la *Encuesta de las Naciones Unidas sobre tendencias delictivas y la operación de los sistemas de justicia penal* (también conocida como la ‘Encuesta sobre Tendencias delictivas’ — CTS, por sus siglas en inglés) con miras a conducir una consulta más enfocada sobre la incidencia del delito a nivel mundial. Este estudio mundial de amplio alcance retoma fuentes administrativas y recolecta con frecuencia estadísticas sobre la policía, los sistemas judiciales, los tribunales y las prisiones. Los datos recogidos cubren el periodo de 1970 a la fecha.²

11. Los primeros trabajos criminológicos, p. ej. los de la década de 1930, se enfocaban en estudiar a los delincuentes y no a las víctimas, para comprender mejor sus motivaciones y las causas de su agresión. Dentro del gobierno, y en gran parte del debate público, la discusión del delito solía hacer uso de la evidencia de las estadísticas oficiales, principalmente aquellas recogidas por la policía. El interés gubernamental en trascender a sus propias fuentes administrativas y hacer encuestas a la población aumentó durante la Segunda Guerra Mundial. En Finlandia se introdujo una pregunta sobre propiedad robada en las encuestas de opinión de Gallup en la década de 1940.³ En el Reino Unido, el creciente interés en la opinión de los ciudadanos se reflejó en el lanzamiento de la *Encuesta social gubernamental*.

12. La Encuesta Social Gubernamental comenzó en la primavera de 1941, como la *Encuesta social en tiempos de guerra (Wartime Social Survey)*. Originalmente fue parte de la División de Inteligencia Nacional del Ministerio de Información del Reino Unido, y estaba compuesta por un puñado de investigadores, reclutados principalmente en la nueva área de investigación de mercados.⁴ Estas primeras encuestas se enfocaban en preguntas sanitarias y económicas, junto con ciertas actitudes públicas. Inicialmente hubo temores de que el hecho de que el gobierno le hiciera preguntas al público sobre su vida y actitudes sería recibido con sospecha, pero estos temores resultaron ser infundados.

13. Durante la década de 1960, los criminólogos comenzaron a comprender las debilidades de las fuentes administrativas y buscaron métodos alternativos que pudieran ofrecer una descripción más precisa e informativa de los problemas delictivos. Las primeras encuestas de victimización se realizaron en las décadas de 1960 y 1970, y estaban diseñadas para examinar lo que se acabó llamando la ‘cifra oscura’ del delito, es decir, delitos que no se denunciaban o que no eran registrados por la policía. Ya hacia la década de 1970, estas encuestas se vieron influenciadas por el crecimiento de la teoría feminista, y posteriormente de la victimología, que enfatizaba la importancia de las opiniones de las víctimas con respecto a su victimización y la ‘invisibilidad’ de ciertos tipos de delito en las estadísticas oficiales, como la agresión sexual y la violencia doméstica. Las primeras encuestas de victimización fueron, principalmente, a pequeña escala y de modo experimental, por ejemplo, una encuesta que se realizó en Gran Bretaña a principios de la década de 1970 cubría únicamente tres pequeñas áreas de Londres (Sparks, Genn y Dodd, 1977).

14. Además de intentar comprender los delitos que no estaban bien identificados en las estadísticas policiales, estas encuestas fueron una importante herramienta de investigación para ayudar a identificar aspectos del delito y la victimización que las fuentes administrativas no podían capturar fácilmente. Se consideraba que dicha información adicional era esencial para respaldar el desarrollo de estrategias de

1 Estadísticas de las Naciones Unidas sobre el delito y la justicia <http://www.uncjin.org/Special/history.html>.

2 Sitio web de ONUDD: <http://www.unodc.org/unodc/en/data-and-analysis/United-Nations-Surveys-on-Crime-Trends-and-the-Operations-of-Criminal-Justice-Systems.html>.

3 Kauko Aromaa and Seppo Leppä, *Omaisuusrikosten yksilöuhrien tarkastelu* [Encuesta a víctimas individuales de delitos contra la propiedad] (Helsinki: Instituto de Criminología, Serie M:26).

4 Office for National Statistics (Reino Unido) http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme_compendia/SSD_Anniversary/SSD60AnnRD_v2.pdf.

prevención del delito. Las encuestas también capturaron las actitudes del público en relación con el delito. A medida que dichas encuestas maduraban y comenzaban a producir series cronológicas de largo plazo, se hicieron cada vez más útiles en la medición de tendencias y se volvieron una influencia, tanto dentro como fuera del gobierno, como medida del éxito o el fracaso en la reducción del delito.

15. En el Reino Unido, la primera *Encuesta social gubernamental* relacionada con el delito no ocurrió sino hasta 1972 ('Delito, delincuentes y la ley' de Durrant, Thomas y Willcock) tras un rápido y significativo ascenso en el estudio de la criminología en la década anterior. Sin embargo, otros países también habían comenzado a explorar nuevas y mejores maneras para medir el delito por medio de entrevistas al público. En 1970 (y posteriormente en 1973), Finlandia realizó la que probablemente es la primera encuesta nacional sobre victimización, en alianza con Gallup Finland. En 1973, Holanda también lanzó su primera encuesta sobre el delito, que abarcó de 1974 a 1980 como encuesta extendida del centro de investigación del Ministerio de Justicia y, de 1980 a 2005 como Encuesta Nacional Anual sobre el Delito de Estadística de Holanda. En 2005 se combinaron esta encuesta y el Monitor Policial de la Población para formar un nuevo Monitor de la Seguridad Nacional regular.

16. Probablemente la innovación más importante e influyente con respecto a las encuestas de victimización fue el lanzamiento, en 1972, de la Encuesta Nacional Sobre Delito en Estados Unidos, desarrollada a partir del trabajo realizado por el Centro Nacional de Investigación de la Opinión y la *Comisión presidencial sobre el cumplimiento de la ley y la administración de justicia*. El propósito de esta Comisión fue investigar la naturaleza y las causas del delito en Estados Unidos y recomendar políticas para enfrentarlo. Una recomendación clave de la Comisión fue la implementación de una nueva fuente de estadísticas delictivas — una encuesta de victimización. Los estudios piloto que comenzaron en 1966 identificaron un nivel delictivo significativamente más elevado que el capturado en los registros policiales oficiales. Y estos estudios piloto mostraron que las encuestas de victimización reportada por el encuestado eran un método adecuado para identificar las victimizaciones no denunciadas a la policía.

17. Australia condujo su primera encuesta de victimización en 1975 y posteriores encuestas en 1983, 1993, 1998, 2002 y 2005, con la intención actual de realizar una encuesta anual para ofrecer 'medidas titulares' sobre un rango selecto de delitos personales y domésticos. Se conduce una medición más profunda de la victimización delictiva en Australia con menor regularidad. En Suecia la primera vez que la encuesta nacional sobre las condiciones de vida incluyó un módulo sobre victimización fue en 1978-9; y en Israel se realizó una encuesta a las víctimas en 1979 y algunos años subsiguientes.

18. En 1981 el Reino Unido lanzó la encuesta británica sobre el delito -- BCS por sus siglas en inglés -- para comprender mejor la victimización en dicho país. La primera BCS (1982) se realizó en Inglaterra, Gales y en Escocia. Posteriormente Escocia realizó su propia encuesta, al igual que Irlanda del Norte. En Inglaterra y Gales se realizaron encuestas posteriores en 1984, 1988, 1992, 1994, 1996, 1998, 2000 y 2001. Desde abril de 2001, la BCS se ha convertido en un evento anual en Inglaterra y Gales que ofrece información sobre las tendencias que existen en la victimización, así como información detallada sobre la naturaleza de dichos delitos.

19. En muchos otros países se conducen encuestas a las víctimas de manera regular, como por ejemplo, en Canadá, Italia y Suiza. Muchos otros países han explorado la viabilidad de realizar encuestas de victimización por medio de estudios piloto o con la inclusión de preguntas sobre el delito en los cuestionarios usados para las encuestas domésticas ya existentes sobre otros asuntos sociales.

20. A medida que las encuestas de victimización fueron adoptadas más ampliamente en todo el mundo, también se hizo posible usarlas para estudios comparativos a nivel internacional. Sin embargo, el mayor problema con los estudios comparativos siguió siendo que existían diferencias en las definiciones del delito de un país a otro. El desarrollo de la Encuesta Internacional a Víctimas del Delito (ICVS, por sus siglas en inglés) en 1987 tenía la intención de atacar esta debilidad.

21. La primera ICVS fue lanzada en 1989 y repetida en 1992, 1996, 2000 y 2004/2005. Inicialmente enfocada en las naciones desarrolladas, con la participación de UNICRI y ONUDD las encuestas se expandieron a los países en desarrollo y Europa del este. Más de 70 países han desarrollado al menos una encuesta. Estos estudios no solamente ofrecen datos comparativos, sino además, gracias a su aspecto longitudinal también ofrecen algunos datos sobre las tendencias del delito en varias de las naciones participantes.

22. Las encuestas a las víctimas son ya una herramienta reconocida que ayuda a los gobiernos y su público a comprender sus problemas delictivos y la mejor manera de abordarlos. Además, en décadas

recientes también se ha dado mucha atención al estudio de los aspectos subjetivos de la criminalidad: el miedo al delito, las inquietudes y las estrategias de defensa son recogidas en las principales encuestas de victimización. Sin embargo, no carecen de críticos. Algunos señalan que los promedios nacionales no registran una parte del impacto que puede provocar el enfocarse en áreas o problemas locales específicos, o las debilidades del enfoque de una encuesta por muestreo para abordar los delitos más inusuales, pero también más graves. Sin embargo, ahora es ampliamente reconocido que las fuentes administrativas no pueden ofrecer por sí mismas un análisis suficientemente confiable y exhaustivo del delito.

RECUADRO 1: INVENTARIO 2005 DE ONUDD-CEE DE ENCUESTAS DE VICTIMIZACIÓN [CONSULTE EL APÉNDICE D PARA VER MÁS INFORMACIÓN]

En 2005, la Comisión de CEE-ONUDD para Encuestas a Víctimas recolectó información sobre encuestas de victimización conducidas o planeadas en los 56 países miembro de la ECE y en otros países seleccionados. Esta información se utilizó para crear un inventario de encuestas a víctimas en la región para que fuera usada como herramienta para analizar las diferencias y similitudes en los métodos y definiciones adoptadas. La información contenida en el inventario también fue usada ampliamente en la elaboración de este manual.

Encuestas incluidas en el inventario

El inventario contiene datos sobre 58 encuestas (sin incluir encuestas específicas sobre violencia contra las mujeres y encuestas no nacionales) conducidas en 31 países. Entre éstas están 32 encuestas de victimización (conducidas en 23 países), 24 encuestas de propósito múltiple que incluyen un módulo sobre victimización (conducidas en 16 países) y dos encuestas de otro tipo.

Desarrollo histórico

La encuesta más antigua incluida en el inventario es la Encuesta Nacional sobre Victimización delictiva de Estados Unidos, que comenzó en 1972 y que continúa a la fecha. A finales de la década de 1970 e inicios de la década de 1980 se lanzaron encuestas en algunos países, incluyendo los

países nórdicos (Suecia, Finlandia y Noruega), Israel, Holanda y el Reino Unido. Desde finales de la década de 1980 se fueron lanzando cada vez más encuestas en nuevos países, llegando a 21 nuevas encuestas en la década de 1990 y 24 entre 2000 y 2006.

Frecuencia

Con respecto a la frecuencia, la mitad de las 32 encuestas de victimización son irregulares (12) o de una sola ocasión (4). Sólo una quinta parte de ellas se conducen con frecuencia: continua (3), anual (2) o bianual (2). El 30 % restante de las encuestas de victimización se conducen regularmente pero con menor frecuencia, cada cuatro (6), cinco (2) o incluso 10 años (1).

Entre las 24 encuestas de propósito múltiple, al contrario, más de la mitad se conducen con frecuencia: continua (1) anual (10) o bianual (2). Únicamente 25 % son irregulares (4) o de una sola ocasión (2), mientras que el resto de las encuestas se conducen regular, pero no frecuentemente: cada tres a cuatro años (3) o cada ocho a diez años (2).

Países con mayor número de encuestas a víctimas

Los países que reportan mayor número de encuestas son Australia (6) y Suiza (5), mientras que se reportan tres encuestas en Bulgaria, Israel, Noruega y Suecia.

C. Un mensaje para los diseñadores de políticas

23. La naturaleza, grado y consecuencias de la actividad criminal, así como la percepción del público sobre su propia seguridad son cuestiones que tienen una influencia directa e indirecta sobre la calidad de vida de la gente. El delito puede adquirir muchas formas, y tener una influencia importante sobre el bienestar de las víctimas, sus familias, amigos y la comunidad en pleno. Aquellos que se ven afectados más directamente pueden sufrir consecuencias financieras, físicas, psicológicas y emocionales, mientras que el miedo al delito en sí puede afectar a la gente y restringir sus vidas de muchas maneras. El delito también puede generar costos económicos importantes, como el suministro de servicios para el cumplimiento de la ley y servicios correctivos, así como costos a las empresas y jefes de familia como consecuencia del delito o de la implementación de medidas preventivas.

24. Los aumentos en la elaboración de políticas basadas en evidencias y enfoques holísticos para los problemas sociales han regido la demanda de indicadores sociales que respalden la medición de avances, del bienestar y de la inclusión social. El delito ya no es visto como un problema aislado, y los autores de políticas, los investigadores y los proveedores de servicios actualmente consideran el delito como algo relacionado con otras condiciones sociales y económicas. De esta manera, las estadísticas que se relacionan únicamente al sistema de justicia penal únicamente pueden ofrecer una imagen parcial e incompleta del delito en la sociedad.

25. Dado que el delito puede tener un enorme impacto económico y social, los gobiernos invierten cuantiosamente en la prevención de la actividad delictiva y promueven la seguridad personal y comunitaria, incluyendo la confianza de la comunidad en la ley y el orden.

26. Dado que es esencial tener evidencias sólidas para el desarrollo de políticas y programas para la prevención del delito con miras a prevenir o reducir el delito, mejorar la seguridad comunitaria y reducir el miedo al delito en las comunidades. Esta evidencia también puede usarse para evaluar la eficacia de los programas gubernamentales para la prevención del delito.

27. Las encuestas nacionales sobre la victimización delictiva ofrecen una valiosa fuente de información a los autores de políticas y pueden usarse para comprender el nivel y la naturaleza del delito personal y doméstico, así como la percepción del público de la seguridad en la comunidad y la confianza que tiene en las agencias para el cumplimiento de la ley. Tanto los riesgos reales como los perceptuales del delito pueden ser indicadores del bienestar de la comunidad.

28. Las encuestas pueden cubrir una variedad de incidencias y experiencias, de las cuales no todas serán delitos reales, de acuerdo a la ley, o reconocidos como las agencias de la justicia penal como algo que esté dentro de su competencia. Usamos el término 'delito' para encapsular el enfoque de las encuestas de las víctimas del delito, pero en algunos casos se puede considerar que este término cubre una gama más amplia de eventos. Las fuentes administrativas, como las estadísticas obtenidas de la policía o los tribunales únicamente miden incidentes que son señalados a las autoridades y que están dentro de su jurisdicción. Por ende, la encuesta de victimización puede identificar experiencias que normalmente no serían identificadas por medio de esas fuentes administrativas.

29. Dependiendo de la disponibilidad de presupuesto se puede responder una variedad de preguntas con una encuesta de este tipo, por ejemplo:

- ¿Qué cantidad de delito existe y cuáles son sus características?
- ¿Cuáles son las características de las víctimas y los perpetradores?
- ¿Ha cambiado el nivel de delito a lo largo del tiempo?
- ¿Cuáles son los riesgos de convertirse en víctima?
- ¿Ha cambiado la percepción de seguridad a lo largo del tiempo?
- ¿Cuánto del delito se denuncia a las autoridades, y si no se denuncia, por qué?
- ¿Están funcionando las políticas de prevención del delito?
- ¿Existe una relación entre el miedo al delito y los niveles delictivos reales?
- ¿Cuál es el impacto sobre los grupos vulnerables de la comunidad, como los migrantes, los grupos indígenas, los ancianos y las personas con alguna enfermedad mental?

D. Limitaciones de las encuestas de victimización delictiva

30. Las encuestas sobre la victimización delictiva son una medida, y pueden ser particularmente valiosas en cuanto a que le preguntan directamente a las personas de la comunidad sobre sus experiencias con el delito. El conteo de las víctimas identificadas por medio de las encuestas podría no aparecer en las estadísticas policiales oficiales, ya que el delito podría no ser denunciado o registrado por la policía, por lo tanto los cálculos sobre la victimización producidos a partir de las encuestas tienen una tendencia a ser más elevados que los obtenidos a partir de los registros policiales.

31. Sin embargo, también cabe destacar que debido a ciertas restricciones metodológicas, las encuestas de victimización delictiva no pueden ofrecer una medida definitiva del número total de actos ilegales que ocurren en la sociedad. Aparte de la cuestión de la sub denuncia del delito experimentada por las víctimas ante los entrevistadores, las encuestas a las víctimas únicamente pueden identificar incidentes penales en los que hay una víctima identificable. Los delitos que a veces son percibidos como 'carentes de víctimas', como los delitos relacionados con las drogas o actos prohibidos por la ley, pero realizados por acuerdo entre el 'agresor' y la 'víctima' (como, por ejemplo, el sexo con menores o el pago de sobornos) pueden no ser capturados si el encuestado no considera que fue víctima de un crimen. Mientras que algunas encuestas de victimización delictiva aceptan la perspectiva del encuestado sobre si el incidente fue un delito, otras usan la evaluación del entrevistador, basada en las respuestas a un conjunto de preguntas sobre la existencia de incidentes particulares.

32. Las encuestas a las víctimas se ocupan de incidentes que no necesariamente se ajustan a la definición legal de crimen. Y, como se ha declarado, los datos sobre la victimización no son los mismos que los datos sobre el delito registrado. Aunque los datos de las encuestas a víctimas del delito tienen

una tendencia a generar un mejor reporte de los incidentes delictivos que los datos de los registros policiales, también pueden estar sujetos a un sub conteo, ya que algunas víctimas pueden mostrarse reacias a divulgar información, particularmente en el caso de los incidentes de naturaleza delicada, como la agresión sexual. Algunos incidentes delictivos son más difíciles de medir, ya que a menudo dependen de que la persona se dé cuenta de que fue víctima de un delito. Por ejemplo, el fraude personal tiene la intención de engañar a la gente, y la víctima podría nunca descubrir un fraude perpetrado contra ella o puede descubrirlo mucho tiempo después de realizado. En la Sección III se ofrece una discusión más detallada sobre la relación entre las encuestas de victimización delictiva y las estadísticas policíacas.

33. La precisión de las estadísticas se ve influenciada por la capacidad de las personas de recordar victimizaciones pasadas. Entre mayor sea el periodo transcurrido, menos probable será que el incidente sea recordado con precisión. Las encuestas también están sujetas a errores de muestreo y errores ajenos al muestreo. Las encuestas por muestreo pueden producir cálculos para la población de interés, pero estos cálculos podrían seguir siendo distintos al conteo real que se produciría si se encuestara toda la población. Los delitos penales que no son prevalentes en la comunidad pueden requerir muestreos de suficiente tamaño para ser representativos de la población, sin embargo, los datos de los delitos de baja prevalencia aun así pueden estar sujetos a mayores tasas de error que los que son más comunes, y a veces no pueden medirse de manera confiable con los métodos de encuesta. El fraseo o estructura de las preguntas de filtro también pueden influir en las respuestas y tener un efecto de aumento o disminución de las tasas de distintos delitos reportados. La precisión de los cálculos de las encuestas también se ve influenciada por el índice de respuesta.

34. Estas son algunas de las cuestiones metodológicas de las que los clientes tienen que estar al tanto, y que se describen con mayor detalle a lo largo de este Manual. Sin embargo, es importante que las personas que emprendan una encuesta comprendan tanto las fortalezas del método de encuesta, al complementar las fuentes administrativas y ofrecer un mayor nivel de detalle sobre la experiencia de la víctima, y además sus limitaciones.

E. Referencias

Booth, C. (1889-1903) 'Labour and Life of the People'.

Coleman, C. and Moynihan, J. (1996). Understanding crime data, Haunted by the dark figure. Open University Press, Buckingham, Philadelphia.

Durant, M., Thomas, M. and Willcock, H. D. (1972). Crime, Criminals and the Law. London.

Mayhew, H. (1851) 'London Labour and the London Poor'.

Sparks, Genn and Dodd, (1977). Surveying Victims. London: Wiley.

CAPÍTULO II. PLANIFICACIÓN DE UNA ENCUESTA SOBRE VICTIMIZACIÓN DELICTIVA

35. El Capítulo II de este Manual describe la relación entre la información obtenida al conducir encuestas de victimización delictiva y aquella obtenida en las estadísticas delictivas registradas por la policía. Discute las diferencias entre las encuestas a las víctimas y los datos reportados por la policía y sugiere buenas prácticas para intentar comparar los datos de ambas fuentes. Por último propone una lista tentativa de temas clave que podrían ser considerados para ser incluidos en una encuesta nacional para víctimas.

A. Encuestas de victimización y otros tipos de estadísticas delictivas oficiales

36. Las encuestas de victimización pueden iluminar y expandir la información que, de lo contrario, sólo estaría disponible a través de las estadísticas policíacas. Las encuestas para víctimas tienen ventajas al develar una gama de delitos que son menos denunciados o registrados por la policía, así como otra información sobre la naturaleza de dichos delitos y las opiniones de los encuestados. Las estadísticas policíacas ofrecen información importante sobre la actividad y la atención del sistema de justicia penal, y ofrecen información sobre delitos más graves y de otro tipo que no se medirían usando encuestas al público general. Por ende, las encuestas a las víctimas y las estadísticas policíacas son fuentes complementarias, cada una de las cuales tiene ventajas y debilidades específicas.

37. Con frecuencia aparecen titulares en los medios que reportan tendencias delictivas diferentes dependiendo de la fuente de datos de la que sean extraídos — estadísticas reportadas por la policía, a menudo conocidas como estadísticas delictivas oficiales, o datos de las encuestas a las víctimas. Esta aparente discrepancia puede desafiar la credibilidad y los motivos que están detrás de cada fuente de datos y generar inquietudes sobre cuál, si acaso alguno de los dos, de los conjuntos de estadísticas delictivas es correcto. Sin embargo, la expectativa de que las estadísticas delictivas reportadas por la policía y las encuestas a las víctimas deben producir cifras similares tiene su origen en la creencia de que ambas miden el mismo fenómeno y están basadas en objetivos, metodologías y poblaciones idénticas cuando, de hecho, producen dos conjuntos de indicadores delictivos distintos. Es importante estar consciente de las diferencias fundamentales entre estas estadísticas para comprender por qué estas dos mediciones pueden llegar a divergir, y a veces de hecho divergen, y por qué deben ser vistas como complementarias y no como mutuamente excluyentes.

Sobre las estadísticas policíacas

38. Las estadísticas policíacas normalmente son un conteo de los delitos denunciados, o detectados por la policía, y por ende registrados como delitos. Sin embargo, tan sólo una pequeña proporción de los eventos delictivos son denunciados a la policía. Para que llegue a ser ‘del conocimiento de la policía’, el delito debe sobrevivir a una sucesión de decisiones de la víctima y la policía, incluyendo el reconocimiento, de parte de la víctima, de que ocurrió un delito, la notificación a la policía y la captura del evento en los registros policíacos oficiales. Cada decisión está basada en percepciones individuales de las circunstancias que rodean al evento y en la valoración de la víctima y/o el testigo sobre la gravedad del delito y los costos o beneficios asociados con denunciarlo. Además, el ‘delito’ podría desaparecer o ser redefinido en cualquier punto del proceso, por ejemplo, como resultado de reglas operativas, decisiones sobre su clasificación, fallas en el mantenimiento de los registros o la decisión de la víctima o la policía de no presentar cargos. En algunos países, los delitos son contados hasta el punto en que son denunciados por primera vez a la policía, pero en otros países los números únicamente reflejan los delitos aceptados por la policía o aquellos que son transferidos para ser procesados.

Factores relacionados con la variación en el nivel de delito denunciado a la policía a lo largo del tiempo y de un país a otro

39. Muchos factores han sido asociados con los cambios en la proporción de delitos denunciados a la policía. Los cambios en el sistema legal y las actitudes de la sociedad con respecto a ciertos actos, o los cambios culturales, por ejemplo, la reducción de tabúes sexuales, pueden tener un impacto importante en el número de incidentes delictivos reportados por la policía. El cambio en la tolerancia del público a ciertos actos, como las agresiones conyugales, pueden dar lugar a cambios en las tasas de denuncia y en las subsiguientes estadísticas delictivas. La introducción de un nuevo delito o la modificación de una ya existente puede afectar el número de incidentes delictivos. Los cambios en las prácticas de aplicación de la ley o las operaciones especiales afectarán las tasas de prevalencia de ciertos delitos, por

ejemplo, los delitos relacionados con las drogas, la prostitución y la conducción de vehículos en condiciones inadecuadas.

40. Además, las diferencias de los arreglos organizacionales de la policía y otros servicios judiciales pueden influir en el número de incidentes registrados por la policía. Algunos servicios policiales tienen centros de llamadas para recibir y registrar incidentes delictivos, mientras que otros exigen que las víctimas denuncien los delitos en persona. Algunos tipos de delitos únicamente llegan a la atención de la policía como resultado de decisiones operativas de la policía, por ejemplo, el asistir a establecimientos públicos donde se consume alcohol o el vigilar eventos deportivos. La facilidad de la denuncia pública puede también afectar el hecho de que un incidente delictivo relativamente menor sea registrado por la policía.

¿Por qué el público denuncia delitos a la policía?

41. Existe una variedad de razones por las que las víctimas pueden decidir denunciar un delito a la policía. Las víctimas a veces denuncian los delitos por un sentido del deber, o porque la víctima quiere que el agresor sea arrestado o castigado, o porque busca protección ante el agresor. Algunos delitos son denunciados a la policía porque es obligatoria la denuncia para presentar un reclamo ante el seguro para recibir indemnización.

42. Otros factores que parecen influir en la denuncia de un delito a la policía pueden estar relacionados con la gravedad del delito, incluyendo si la víctima fue herida, si hubo un arma presente y si el incidente obligó a la víctima a perder tiempo que hubiera dedicado a su actividad principal. El valor de los artículos robados también puede afectar la disposición de la víctima a denunciar un incidente.

43. Las encuestas sobre la victimización han descubierto que una de las razones primordiales por las que los delitos no llegan a la atención de la policía se relaciona con el hecho de que la víctima siente que el incidente no tuvo suficiente importancia. Ello sugiere que el delito puede haber sido demasiado pequeño para justificar la participación de la policía. Otras razones para no denunciarlo incluyen el no querer que la policía se involucre y sentir que el incidente es un asunto privado o personal.

44. Además, las víctimas de algunos países podrían no querer involucrarse con la policía porque sienten que la policía no puede hacer nada para ayudar o porque sienten que la policía no sería imparcial o no estaría dispuesta a intervenir. Otros incluso temen que a raíz de haber contactado a la policía pudiera generarse publicidad o cobertura noticiosa.

Reglas de conteo

45. Las reglas de conteo varían de una jurisdicción a otra. Existen pocos estándares que permitan la comparación a nivel internacional. Sin embargo, muchas jurisdicciones cuentan los delitos de la siguiente manera:

- El delito tiene que ser reconocido antes de ser registrado. Por ejemplo, la policía tiene que haber encontrado evidencia de que se cometió un delito. Algunas jurisdicciones cuentan los delitos únicamente cuando ocurren ciertos procesos, como el que se efectúe un arresto, que se expida una multa, que se presenten cargos en un tribunal, o incluso a veces sólo se cuenta cuando se logra la condena;
- Denuncias múltiples del mismo delito. Algunas jurisdicciones cuentan cada denuncia por separado, mientras que otras cuentan a cada víctima del delito;
- Cuando se cometen varios delitos al mismo tiempo, es común que únicamente se cuente el más grave o que los delitos relacionados sólo se cuenten una vez. Algunas jurisdicciones registran y cuentan cada delito por separado mientras que otras cuentan los casos o agresores que pueden ser enjuiciados;
- Cuando hay múltiples agresores involucrados en el mismo acto delictivo, a menudo sólo se cuenta un acto al contar los delitos, pero cada agresor sólo se cuenta al ser aprehendido.

46. Estas diferencias quieren decir que incluso si la definición de un evento delictivo es la misma, las distintas jurisdicciones pueden de todos modos producir distintos conteos estadísticos con el mismo número real de incidentes.

Acercas de los datos de las encuestas a las víctimas

47. Las encuestas a las víctimas capturan tanto incidentes delictivos denunciados a la policía y aquellos no denunciados a la policía, seleccionando aleatoriamente un muestreo de la población y preguntándoles directamente sobre sus experiencias de victimización delictiva. Estas encuestas también pueden medir más allá de los incidentes delictivos y a menudo incluyen preguntas sobre el miedo y las actitudes

hacia el delito y el sistema de justicia, así como diversas características socio-demográficas que ayudan a evaluar las poblaciones en riesgo.

48. Dada la naturaleza delicada de la victimización delictiva, puede existir cierta renuencia de parte de las víctimas a denunciar las victimizaciones en una encuesta al público general. Es importante que las preguntas de las encuestas sean redactadas cuidadosamente y sometidas a pruebas, y que los entrevistadores reciban capacitación especializada sobre cómo manejar los temas delicados. Los entrevistadores antes que nada tienen que tener una consciencia general de los asuntos en torno a la victimización y familiarizarse con las estrategias y herramientas para el manejo de las cuestiones que pueden surgir durante y después de las entrevistas con los encuestados sobre los temas de la victimización y, por ejemplo, el abuso conyugal. Los entrevistadores tienen que confirmar a los encuestados la confidencialidad de sus respuestas y deben mantenerse en una postura empática y abstenerse de emitir juicios.

B. Diferencias entre las encuestas a las víctimas y los datos reportados por la policía

Fuentes de los datos

49. La diferencia más básica entre ambos tipos de mediciones del delito es el método de recolección de los datos. Las estadísticas reportadas por la policía obtienen los datos de los registros administrativos de la policía, a nivel acumulado o de microdatos. En contraste, las encuestas a las víctimas recogen información personal de las mismas personas sobre sus experiencias de victimización, a menudo a través de entrevistas telefónicas o cara a cara. La encuesta cubre la experiencia de las víctimas al nivel de los microdatos, incluyendo el impacto del delito sobre las víctimas.

Cobertura

50. Las estadísticas reportadas por la policía normalmente centralizan la información de todos los incidentes denunciados a una variedad de agencias policiales. Las encuestas a las víctimas interrogan a un muestreo de la población sobre su experiencia y, si están bien diseñadas, este muestreo sería representativo de la población en conjunto. Aunque las estadísticas policiales y las encuestas a las víctimas rara vez cubren áreas geográficas comparables, si son adecuadamente representativas a nivel nacional, las encuestas a las víctimas pueden excluir algunas categorías de víctimas, como los infantes o las personas que residan en instituciones como centros penitenciarios y carcelarios, hospitales, centros de atención o cuarteles militares. Y dependiendo del modo de la encuesta, las encuestas a las víctimas pueden excluir de la muestra a personas u hogares que no tengan líneas telefónicas fijas o aquellos que por distintas razones puedan no responder al contacto cara a cara.

51. Las estadísticas policiales suelen ser centralizadas y publicadas anualmente e incluyen la mayoría de los delitos, aunque no necesariamente todos los delitos menos graves. Aunque algunas encuestas a las víctimas se conducen de manera continua a lo largo del año (p. ej. la Encuesta nacional sobre victimización delictiva de Estados Unidos y la encuesta británica sobre el delito (BCS), muchas encuestas a las víctimas operan con menor frecuencia, por ejemplo cada dos o tres años, y no miden todos los tipos de delito. Por su propia naturaleza, las encuestas al público general no recogen información sobre los homicidios o los delitos contra las empresas. En algunos casos, los delitos contra las empresas se cubren en encuestas especializadas para empresas. Más aun, la información sobre el delito consensual o 'carente de víctimas' (p. ej. el uso de drogas, la prostitución, el juego), y el delito corporativo o de oficina suele no ser recogida en las encuestas sobre la victimización, aunque es posible recolectar algunos indicadores de dichas actividades de este modo.

52. Comúnmente se asume que todos los eventos que se notifiquen a la policía son registrados en las estadísticas delictivas oficiales, pero normalmente no es así. La policía ejerce su criterio en el reconocimiento formal y registro de los delitos. En algunos casos la policía puede concluir que no ocurrió un 'delito' real, y por ende el informe original no prosigue, y no se incluye en el número total de delitos. Por el otro lado, las encuestas de victimización normalmente usan un conjunto de preguntas de filtro para esclarecer si ciertos incidentes entran dentro del alcance de la encuesta. No obstante, el conteo final de la encuesta a las víctimas puede incluir cierto número de victimizaciones que habían sido contadas como ya denunciadas a la policía, pero que no serían consideradas como delitos registrables por ésta.

Fuentes de error

53. Todas las encuestas están sujetas a "errores estadísticos". Esto no quiere decir que los números que producen sean incorrectos, sino que por su naturaleza tan sólo pueden proveer un cálculo de los eventos reales, no un conteo preciso.

54. Los errores de las encuestas se pueden dividir en dos tipos: errores de muestreo y ajenos al muestreo. Los errores de muestreo representan la diferencia entre un cálculo derivado de un muestreo de la población y el resultado que se hubiera obtenido si se hace la misma pregunta a toda la población. Todos los demás tipos de errores, como los de cobertura, respuesta, procesamiento y de no respuesta son errores ajenos al muestreo. Mientras que el tamaño del error del muestreo puede calcularse usando métodos estadístico estándar, los errores ajenos al muestreo son más difíciles de cuantificar. Un tipo de error ajeno al muestro importante es la capacidad del encuestado de recordar eventos relevantes y reportarlos de manera precisa al entrevistador. Pueden surgir errores simplemente porque los encuestados no estén conscientes del evento, porque sean olvidadizos, porque no estén dispuestos a reportar un delito al entrevistador por pena o vergüenza (p. ej. si la víctima y el agresor son parientes) o si no pueden ubicar correctamente los incidentes en un marco temporal, ya sea metiéndolos o sacándolos del periodo de referencia de la encuesta. Otras fuentes de errores ajenos al muestreo son los errores introducidos por los entrevistadores, la clasificación errónea de incidentes, errores en la codificación y el procesamiento de los datos, y sesgos que surgen a partir de la falta de respuesta. Éstos pueden minimizarse con una capacitación y supervisión cuidadosa, pero nunca se pueden eliminar del todo.
55. Mientras que las anteriores fuentes de error aplican a las encuestas de victimización, existen fuentes de error similares en las estadísticas oficiales reportadas por la policía. Por ejemplo, los cambios y los sesgos en el comportamiento de reporte de las víctimas, los cambios en las prácticas o reglas de reporte y registro de la policía, nuevas leyes, errores de procesamiento y la falta de respuesta de algunos departamentos de policía afectan la precisión de las estadísticas delictivas reportadas por la policía.

RECUADRO 2: DIFERENCIAS NORMALES ENTRE LAS ESTADÍSTICAS DE LA POLICÍA Y LAS ENCUESTAS A LAS VÍCTIMAS

Datos de la policía	Victim survey
Fuente de los datos	
Registros administrativos de la policía	Personal reports from individual citizens
Método de recolección de los datos	
Cobertura exhaustiva de las agencias de policía	Encuesta a un muestreo
Datos registrados en una bitácora operativa o un sistema informático	Datos capturados por un encuestador
Nacional, de acuerdo al alcance del servicio de policía	Nacional, si es un muestro representativo a nivel nacional
Continuo a lo largo del año	Encuesta periódica
Todos los incidentes delictivos registrados sin importar la edad de la víctima	La población objetivo excluye a algunos infantes y los residentes a tiempo completo de instituciones
Únicamente cuenta los incidentes reportados y registrados por la policía	Recoge todos los delitos, independientemente de que hayan sido denunciados a la policía
Alcance y definiciones:	
La unidad primordial es el incidente delictivo	La unidad primordial es la victimización delictiva (de personas y hogares)
Una amplia gama de categorías delictivas, que generalmente reflejan las categorías legales amplias que cubren los tribunales, pero a veces excluyen ciertos delitos menos graves	Un conjunto básico con una variedad de delitos más frecuentes
La regla del ‘Delito Más Grave’ genera un sub-conteo de los delitos menos graves; las reglas de ‘Delitos Múltiples’ hacen que los delitos similares que ocurren simultáneamente únicamente sean contados una vez.	Pueden capturarse victimizaciones múltiples o reinincidentes, aunque normalmente existirá un límite al número de incidentes de ese tipo registrados para evitar que las anomalías afecten los cálculos en demasía
A menudo incluye tentativas dentro de la categoría principal	Incluye tentativas, pero generalmente puede identificarlas por separado
Fuentes de error:	
Reportes del público	Error en el muestreo
Error en el procesamiento, falla en la edición, falta de respuesta de un departamento de policía	Error ajeno al muestreo relacionado con: la cobertura, error del encuestado o de memoria, falta de respuesta, codificación, edición e imputación, errores de cálculo
Cambios en la ley, el criterio de la policía, cambios a las políticas y procedimientos	

Comparación de los datos de las encuestas a las víctimas y los datos reportados por la policía

56. Algunos países publican las estadísticas de la policía y los cálculos de las encuestas a las víctimas en informes separados, mientras que otros han intentado integrar ambos conjuntos estadísticos en una presentación más unificada sobre el patrón del delito en el país. La publicación conjunta puede ayudar a ofrecer al público una imagen más completa de la plena naturaleza y el alcance del delito. Los datos de las encuestas de victimización pueden ser usados para contextualizar la información de las encuestas reportadas por la policía. Sin embargo, en muchos casos, algunas cuestiones organizacionales o un deseo de divulgar la información tan rápidamente como sea posible son usadas como argumento en contra de la combinación de ambas fuentes. En cualquier caso, es esencial describir claramente los datos, la manera en que fueron obtenidos y sus usos apropiados. Ni las estadísticas administrativas ni las encuestas de victimización por sí mismas pueden ofrecer información exhaustiva sobre el delito.

57. También es posible hacer comparaciones más precisas entre el conteo total de los delitos que aparecen en los datos de la policía y los cálculos provistos por la encuesta de victimización. Sin embargo, debido a las grandes diferencias en el alcance de estas dos fuentes, se requieren varios ajustes ‘globales’ antes de hacer dichas comparaciones.⁵ Algunos de los ajustes pueden ser:

- Para efectos de comparación, los datos de la policía o de las encuestas a las víctimas deben excluir cualquier área geográfica que no esté incluida en la otra. Únicamente las áreas geográficas que sean comunes a ambas labores de recolección de datos deben mantenerse;
- Los reportes policiales de incidentes ‘infundados’ o incidentes que no están considerados como incidentes delictivos en sí que hayan llegado a la atención de la policía deben ser excluidos de las estadísticas oficiales de la policía;
- Los datos de la policía deben ser ajustados para tomar en cuenta cualquier población que sea excluida de las encuestas a las víctimas (p. ej. los niños menores a 15 años, las víctimas corporativas o empresariales), y ajustados, si es posible, para que los datos usen el mismo periodo de referencia;
- Únicamente los tipos de incidentes delictivos comunes a ambos conjuntos de datos deben ser incluidos en el análisis comparativo. Por ejemplo, al comparar las dos fuentes nacionales sobre el delito en Estados Unidos, los homicidios serían eliminados del Programa de Reporte Uniforme del Delito (los datos policiales) y las agresiones simples serían eliminadas de los datos de la Encuesta Nacional sobre Victimización delictiva;
- Cualquier cálculo sobre la victimización tiene que ser evaluado en conjunto con el correspondiente error de muestro o nivel de intervalo en la confianza para apreciar verdaderamente las diferencias y las similitudes con las estadísticas correspondientes de los datos de la policía.

C. Elementos para permitir la comparación a nivel internacional: lista tentativa de temas clave

58. Las encuestas a las víctimas ofrecen indicadores útiles de las experiencias que tienen los ciudadanos con el delito, lo cual — en cierta medida — puede ser comparable de un país a otro. Aunque es imposible alcanzar un nivel perfecto de comparación, los datos de las encuestas a las víctimas tienen una probabilidad mayor, por las razones discutidas anteriormente en la sección B., de permitir más fácilmente una comparación a nivel internacional que los registros de la policía.

59. Algunos artículos tendrán mayores probabilidades de ser comparados que otros. Las preguntas con una estructura y procesos de cuestionamiento detallados normalmente permiten una mayor capacidad de comparación transnacional debido a la naturaleza específica del incidente sobre el que se pregunta. La capacidad de comparar no depende exclusivamente del cuestionario, también puede verse afectada por la cultura del país. Algo que puede considerarse un incidente delictivo grave en algunos países puede ser considerado un delito menor en otros países, mientras que en otros este incidente puede ni siquiera ser considerado como delito. Una clasificación internacional estándar de los delitos podría ayudar a mejorar aún más la capacidad de comparación a nivel internacional en esta área. La capacidad de comparación también se ve afectada por una variedad de cuestiones metodológicas distintas. Éstas son discutidas en la sección IV. del manual.

⁵ Un ejemplo del proceso usado por Canadá para lograr la capacidad de comparación aparece en el Apéndice A de Ogrodnik, L. & Trainor, C. (1997). La encuesta británica sobre el delito (BCS) también ha publicado el método que utiliza para producir sus cálculos comparables, por ejemplo, consultar la página 37 de *Crime in England and Wales*.

60. La Tabla 1 presenta una variedad de titulares de alto nivel que representan cuestiones que podrían normalmente ser incluidas en las encuestas a las víctimas, particularmente en aquellas donde se busque posibilitar la comparación a nivel internacional. Una lista tentativa de cuestiones clave podría incluir tipos selectos de delitos por un lado y medidas selectas con respecto a ellos por el otro. Por ejemplo, los temas podrían ser ‘medición de la victimización por robos a hogares en los últimos doce meses’ o ‘asaltos que involucren armas’. Además, algunos temas que no están relacionados con ninguna experiencia delictiva específica, como la ‘confianza del público en la policía’ o la ‘sensación de seguridad’ también podrían ser útiles para nutrir las discusiones policiales.

61. Para la comparación a nivel internacional es importante que el tema en comparación sea definido de la misma manera (para que un país que únicamente mide los robos sin tentativas no pueda comparar su tasa de robos incluyéndolas). En vista de las comparaciones internacionales, también es importante tener en cuenta que información socio-demográfica básica de tal manera que se facilite la comparación internacional, por ejemplo, considerando categorías de respuesta acordadas internacionalmente sobre el empleo y la educación.

Tabla 1: Temas clave para la comparación a nivel internacional

Delitos y victimización	Delitos contra la propiedad			Delitos por contacto / delitos violentos			Delitos no especificados
	Robos en hogares	Robo de vehículos	Otros robos	Asaltos	Agresión física	Agresión sexual	
Medición de la victimización en los últimos 12 meses	x	x	x	x	x	x	
Medición de la victimización reincidente en los últimos 12 meses	x	x	x	x	x	x	
Reportes a la policía	x	x	x	x	x	x	
Delitos que involucren armas				x	x	x	
Víctimas que sufrieron lesiones físicas				x	x	x	
Relación entre la víctima y el agresor				x	x	x	
Confianza del público en la policía							x
Sensación de seguridad							x
Variables socio-demográficas básicas							x

D. Referencias

Gannon, M., (2006). ‘Crime Statistics in Canada, 2005’. *Juristat*, Catalogue 85-002-XPE. Vol. 26 No 4. Ottawa: Statistics Canada.

Gannon, M. and Mihorean, K. (2005). ‘Criminal Victimization in Canada, 2005’ *Juristat*. Catalogue no. 85-002-XPE, Vol. 25, no. 7. Canadian Center for Justice Statistics. Ottawa: Statistics Canada.

Ogrodnik, L. and Trainor, C. (1997). *An Overview of the Differences between Police-Reported and Victim-Reported Crime, 1997*. Catalogue no. 85-542-XIE. Ottawa: Statistics Canada.

Nicholas, S., Povey, D., Walker, A. and Kershaw, C. (July 2005). ‘Crime in England and Wales 2004/2005’ (Home Office, London).

CAPÍTULO III. CUESTIONES METODOLÓGICAS

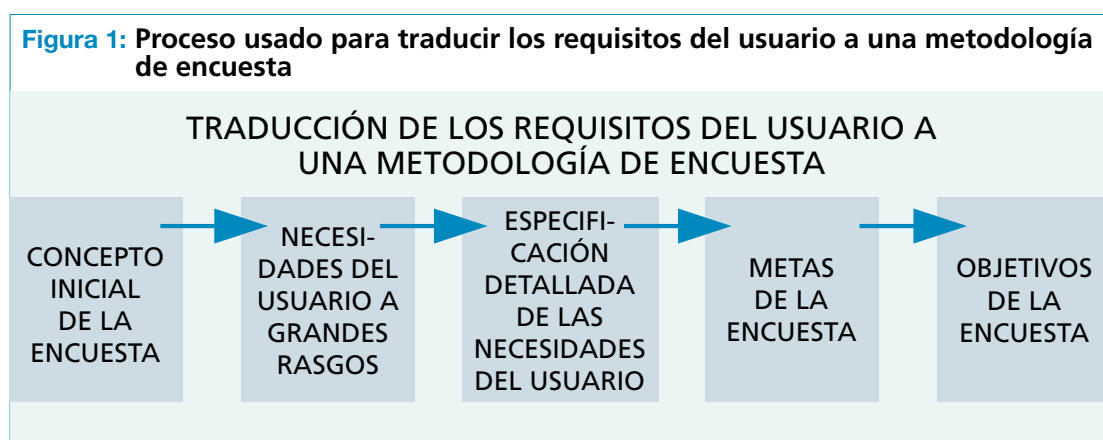
62. El Capítulo III de este Manual ofrece un panorama general del proceso de encuesta, las principales diferencias en el tipo de encuesta sobre la victimización que están disponibles para el administrador de la encuesta, las metas y objetivos clave que podrían identificarse en cualquier encuesta de victimización junto con algunos de los problemas metodológicos relativos a la materialización de dichos objetivos usando una encuesta social. Describe el proceso de organización de una encuesta y discute los grupos de población objetivo, las opciones de muestreo y la frecuencia de la enumeración.

A. Introducción — el proceso de la encuesta de victimización

63. Las encuestas para medir la victimización delictiva pueden considerar una amplia gama de temas y asumir una variedad de formas distintas. La variedad de los métodos usados y las opciones disponibles a veces pueden ser abrumadoras para el administrador de encuestas en ciernes. Sin embargo, existen varias etapas claras que todas las encuestas deben atravesar desde la idea inicial de realizar una encuesta, hasta su planificación, la captura de los datos y el análisis y difusión de los resultados. A cada paso habrá que tomar decisiones, equilibrando los requisitos con los recursos.

64. Como se definió en la Sección I y II de este Manual, las encuestas de victimización delictiva se realizan con una variedad de propósitos. Las encuestas de victimización como actividad estadística suelen ser actividades muy innovadoras debido a su historial razonablemente corto. Los requisitos para realizar una encuesta de victimización también suelen ser muy diferentes a la actividad estadística rutinaria de una agencia estadística nacional. Existe una amplia variedad de opciones disponibles con respecto a la metodología, los procesos y el enfoque para las agencias que busquen diseñar una nueva encuesta de victimización. Si se trabaja con áreas nuevas o emergentes de la victimización, o áreas que no hayan sido sometidas a encuestas anteriormente, las metodologías podrían no estar desarrolladas del todo. Como resultado, es vital que, al considerar el diseño metodológico de una encuesta sobre victimización delictiva, se mantenga el enfoque en las metas y objetivos identificados para la encuesta. Las metodologías empleadas en los procesos de diseño, enumeración, procesamiento y producción variarán de acuerdo a las metas y objetivos de la encuesta. Actuar sin una valoración plena de las necesidades y requisitos de la encuesta arrojará datos que no son relevantes para el contexto de las políticas y posiblemente resultará en un uso ineficaz de los recursos.

65. La Figura 1 ilustra el proceso requerido para identificar las necesidades del usuario de la encuesta y para establecer las metas y objetivos de la encuesta. Muestra cómo es necesario considerar todas las necesidades del usuario una vez que se ha desarrollado el concepto inicial de la encuesta (por ejemplo, la evaluación de la experiencia delictiva a nivel nacional o municipal). En cambio, se debe usar un reconocimiento amplio de dichas necesidades para desarrollar una especificación detallada de las necesidades de los usuarios. Las metas y objetivos de las encuestas deben apuntar al cumplimiento de dicha especificación detallada



66. Una vez que se han establecido las metas y objetivos de la encuesta por medio de la consideración de los requisitos del usuario, se requiere un proceso detallado para diseñar e implementar la encuesta y para analizar, difundir y evaluar sus resultados. La Figura 2 describe este proceso de 'punta a punta' en nueve pasos, comenzando con la evaluación de los requisitos del usuario y terminando con la evaluación de la encuesta.

Figura 2: Proceso punta a punta de las encuestas de victimización delictiva**1. Examinar los requisitos del usuario**

- Identificar los actores internos y externos y las necesidades del usuario (¿cuáles son las preguntas sobre políticas/investigación que deben ser respondidas?)
- Priorizar la necesidades informativas
- Determinar parámetros, muestreos y tecnología de encuesta amplios
- Determinar requisitos de producción amplios
- Identificar restricciones a los datos y requisitos de calidad en los datos
- Identificar problemas y riesgos
- Obtener la aprobación del primer nivel

2. Diseño y pruebas

- Aclarar y obtener requisitos más detallados sobre cada punto de datos
- Desarrollar la estrategia de encuesta
- Definir el alcance y la cobertura
- Desarrollar la especificación del marco y el muestreo
- Desarrollar conceptos (reutilizar o crear, definiciones, clasificaciones, etc.)
- Desarrollar el instrumento de recolección
- Determinar las pruebas y las estrategias de garantía de calidad
- Probar y evaluar los conceptos, definiciones, preguntas, procedimientos, capacitación, documentación, el instrumento y las metodologías
- Finalizar los puntos de datos, las preguntas, el instrumento y los procedimientos de recolección; especificar las derivaciones
- Desarrollar y probar los sistemas de captura y producción / otros sistemas o bases de datos

3. Adquirir los datos

- Elaborar el marco y muestreo de la encuesta
- Seleccionar muestreo
- Asignar cargas de trabajo a los encuestadores
- Conducir entrevistas y edición de campo
- Administrar las operaciones de campo
- Resolver las consultas de campo
- Capturar las respuestas y reparar los datos
- Extraer información sobre la administración del proceso de recolección

4. Insumos para el proceso

- Limpiar los datos de campo
- Codificar los artículos seleccionados (por ejemplo, los datos sobre los delitos)
- Realizar codificación especial (de diarios, formularios de papel, etc.)
- Identificar y manejar las anomalías significativas de los registros unitarios

5. Transformar los datos ingresados en estadísticas

- Producir cálculos acumulados
- Imputar los datos
- Identificar y corregir anomalías de desviación
- Identificar y manejar las anomalías significativas a nivel de datos acumulados
- Identificar y resolver valores atípicos
- Ponderar los datos
- Validar datos ponderados
- Confidencializar los datos

6. Analizar y explicar

- Emprender análisis especial
- Recopilar documentación de autorización
- Analizar y redactar los hallazgos clave
- Medir y explicar su capacidad de comparación con otros resultados
- Producir errores estándar relacionados y otras mediciones de confiabilidad

7. Formar y difundir

- Formar los productos estadísticos (informes, contenido web, tablas complementarias, etc.)
- Redactar el manuscrito
- Obtener autorización para publicar la información de la encuesta
- Publicar los productos
- Elaborar comunicado a los medios para acompañar la difusión de los principales productos de la encuesta

8. Respaldo a las decisiones

- Administrar las solicitudes de información de la encuesta recibidas de los actores y los usuarios
- Emprender consultorías para cubrir necesidades específicas de los usuarios
- Producir artículos especiales
- Mantener vínculos con los actores y usuarios clave
- Proveer información sobre el significado de las cifras a los actores y usuarios clave

9. Evaluar

- Evaluar el ciclo de encuesta completo
- Documentar los problemas y las mejoras para el próximo ciclo

¿Qué metodología se debe usar?

67. La medición de fenómenos delictivos pueden arrojar distintos resultados dependiendo de una variedad de factores:

- Propósito de la recolección;
- Diseño y selección del muestreo;
- Formato y contenido del cuestionario;
- Modo de recolección de los datos y otros procedimientos de encuesta;
- Tasa de respuesta.

68. Las decisiones sobre el tamaño, distribución y método de encuesta adecuado para el muestreo dependen de distintas consideraciones. Entre otras, el propósito y contenido de la encuesta, el nivel de desagregación y precisión requeridos para los cálculos de la encuesta, y los costos y restricciones operativas para la conducción de la encuesta.

69. Un estudio informativo australiano⁶ ilustró las diferencias en la medición del delito de una variedad de encuestas australianas, incluyendo los factores que se esperaba que hubieran contribuido a dichas diferencias. Sin embargo, no todos esos factores pudieron ser cuantificados.

70. Este Manual para encuestas de victimización, en las siguientes secciones, ofrece al lector una serie de informaciones sobre los distintos métodos usados en la conducción de encuestas de victimización delictiva. Esta información ayudará a los autores de políticas a determinar qué métodos podrían usarse y qué cuestiones deben ser tomadas en cuenta al tomar la decisión de realizar la encuesta sobre victimización delictiva.

B. Metas/objetivos/propósitos del historial de encuesta/recolección

Necesidades y prioridades de los actores y los usuarios

71. El primer paso de importancia al diseñar una encuesta de victimización es establecer las necesidades y prioridades de los actores y los usuarios tal y como se ilustra en el recuadro gris en la esquina superior izquierda de la Figura 2. El primer paso al recibir el concepto inicial de una encuesta es enfocarse en las necesidades amplias de dichos grupos. Éstas representan un panorama general de las necesidades políticas, sociales, públicas y con respecto a las políticas públicas que debe cumplir la encuesta. El segundo paso involucra el delinear una *especificación detallada* de las necesidades de los actores y los usuarios. Este paso cubre el uso de los datos, los puntos de datos requeridos y los distintos niveles de desagregación. Es en este paso que se tiene que determinar el nivel de precisión de los datos. El nivel de precisión se esclarece revisando el uso previsto de los datos, así como los marcos temporales en los cuales los usuarios tienen previsto tomar decisiones basadas en los datos. Dichos requisitos varían de acuerdo a los usos previstos para los datos. Por ejemplo, la puntualidad puede ser crucial para el trabajo de los actores a riesgo de perder cierta oportunidad en la toma de decisiones. En otros casos los marcos temporales pueden ser más flexibles. La puntualidad de los datos suele estar relacionada con la complejidad de los datos requeridos. Es crucial para determinar las metodologías y los recursos requeridos para saber claramente si los usuarios están interesados únicamente en indicadores generales para la elaboración de políticas y la evaluación de programas, o si los usuarios requieren datos que ofrezcan una comprensión a fondo de los conceptos para fines de investigación. Normalmente los indicadores generales se necesitan en un marco temporal (p. ej. de 6 a 12 meses) si son usados para la medición y evaluación del desempeño. En contraste, los estudios más a fondo pueden ser necesarios con una menor frecuencia, siendo la puntualidad menos crucial. En el caso de las grandes encuestas de fondo, se puede hablar de años de anticipación, y los productos entregarse 15 a 18 meses después de la enumeración.

Metas de la encuesta

72. Las metas claramente identificadas representan el pilar del desarrollo de la encuesta, colocando parámetros amplios en torno al trabajo que debe realizarse. Las preguntas más fundamentales que deben hacerse se relacionan con las necesidades de datos que la encuesta debe cubrir. ¿Cuáles son las preguntas sobre políticas que deben ser respondidas? ¿Qué datos están disponibles en el área (s) de interés? y, ¿cuáles son las necesidades de información que no han sido cubiertas? Estas piezas funda-

⁶ Los interesados deben consultar: ABS Information Paper: *Measuring Crime Victimization, Australia: The Impact of Different Collection Methodologies*, 2002, cat. no. 4522.0.55.001.

mentales de inteligencia pueden determinarse a través de la comprensión de los posibles actores de la encuesta de victimización y de la conducción de suficientes consultas para comprender las necesidades de información que deben cubrirse.

73. Uno de los beneficios de comprender las necesidades de información de los actores clave es que permite la valoración de los requisitos analíticos de los usuarios. Es importante, al diseñar el vehículo de la encuesta, tener en cuenta el tipo de uso que se le dará al producto, para asegurar que sea adecuado para el propósito especificado cuando sea entregado. Por ejemplo, si los usuarios requieren indicadores generales para efectuar sus análisis y responder las preguntas pendientes sobre políticas, los datos requeridos para atender dichas necesidades diferirán sustancialmente de los que se necesitan si lo que se requiere son conjuntos de datos longitudinales o detallados para un análisis exploratorio más complejo.

74. De manera similar, el nivel de precisión requerido en los datos es una necesidad importante que debe comprenderse antes de proseguir al desarrollo de la metodología. Dependiendo de los fines para los que los datos serán usados, se pueden aceptar diferentes niveles de error en algunos datos. El nivel de error aceptable también puede variar de un punto de datos o de un tema a otro dentro del mismo vehículo, o dentro de los cálculos nacionales y regionales, dependiendo del uso previsto para los datos. Este es un parámetro importante que debe ser establecido en los objetivos de la encuesta, ya que nutre una serie de decisiones sobre el proceso de encuesta, relacionadas con la definición del tamaño del muestreo, los costos y recursos, así como con el diseño del vehículo.

75. Las encuestas de victimización son costosas, y dichos costos pueden variar considerablemente de acuerdo a las distintas decisiones metodológicas. Se tienen que establecer parámetros que definan el monto de recursos disponibles para conducir la encuesta. Por un lado, esto puede referirse al presupuesto financiero de esta labor, pero también puede incluir el monto de recursos de personal que puede dedicarse al proyecto por medio de los recursos tecnológicos disponibles a lo largo de las fases de diseño, recolección, procesamiento y difusión de los datos. El establecimiento de metas claras sobre el máximo de recursos que pueden ser utilizados en la encuesta desde una fase temprana puede conducir el desarrollo y diseño de las fases subsiguientes, haciendo que sea más probable que la encuesta resultante sea un ejercicio viable.

76. Se deben tomar en cuenta otras restricciones que pueden esperarse durante la conducción de la encuesta. Estas deben ser parte del proceso de establecimiento de objetivos determinados al inicio de la encuesta siempre que sea posible, permitiendo que las subsiguientes metodologías empleadas prevean las restricciones y maximicen los datos que pueden generarse dentro de las mismas. Por ejemplo, si existen requisitos legales, políticas o limitaciones a los datos que pueden recogerse, estos deben ser comprendidos y declarados claramente. Algunos ejemplos son las restricciones sobre el tipo de personas que pueden ser interrogadas (niños o personas menores o mayores de cierta edad), las situaciones en las cuáles pueden recolectarse datos (en ambientes privados o sin presencia de terceros), o los temas que pueden abordarse con metodologías específicas (p. ej. temas delicados como la agresión sexual). En muchos países la legislación cubre las actividades de las agencias estadísticas oficiales o los departamentos gubernamentales, y es vital que las actividades de encuesta planificadas no contravengan ninguno de los requisitos establecidos en los estatutos o las políticas.

RECUADRO 3: PREGUNTAS A SER RESPONDIDAS AL DESARROLLAR LAS METAS DE LA ENCUESTA

- ¿Qué preguntas/cuestiones se tiene previsto que aborde la encuesta?
- ¿Qué tipos de análisis se prevén?
- ¿Qué nivel de precisión se requiere?
- ¿Qué recursos (financieros o de otro tipo) están disponibles para la encuesta?
- ¿Qué restricciones pueden influir en la capacidad de implementar las metodologías deseadas?
- ¿Cuáles son las limitaciones que pueden aceptarse (en términos de cobertura, generalización, etc.)?

Objetivos de la encuesta

77. El establecimiento de objetivos para la encuesta es un proceso de conversión de los objetivos de la encuesta en un rango de conceptos más tangible y concreto. Este proceso especifica los resultados estadísticos que debe lograr la encuesta. Esta planificación más específica de la actividad estadística garantiza que las decisiones metodológicas detalladas que se hayan tomado reflejen los objetivos dominantes de la encuesta y las necesidades de datos de los usuarios. La principal información que será usada para determinar dichos objetivos serán las metas de la encuesta, la información requerida para cubrir las necesidades de datos de los actores y la manera en que dichos datos serán utilizados. Por ejemplo, los objetivos de la encuesta pueden ser diferentes si los usuarios desean formular o monitorizar políticas, ofrecer aportes a procesos operativos, aportar datos al cabildeo de agencias industriales o gubernamentales, o respaldar la toma de decisiones de alguna empresa u organización.

78. Un propósito primordial de la mayoría de las encuestas de victimización delictiva es establecer la prevalencia de un tipo particular de victimización dentro de cierta población. Ésta puede ser la victimización experimentada por las personas, en los hogares o las empresas, como el número calculado de personas que experimentan agresiones físicas dentro de un periodo particular. Los datos de las encuestas de victimización pueden usarse para complementar las estadísticas oficiales reportadas por la policía y, por ende, un objetivo de las encuestas puede ser determinar el índice de prevalencia de algún delito particular que maneje el sistema de justicia penal formal. Una parte del requisito para que los productos de la encuesta cumplan este objetivo sería producir datos que sean complementarios a las estadísticas oficiales de la policía. Sin embargo, esto podría no ser posible para todos los tipos de delito y la confiabilidad de los cálculos producidos también varían, dependiendo de qué tan común sea un delito particular.

79. Las encuestas de victimización ofrecen una perspectiva alternativa a los niveles reales de delito a la provista por los datos de la policía. Por ello, uno de los objetivos puede ser generar cifras de los delitos no denunciados a la policía o buscar información adicional sobre los incidentes que sí se denuncian, pero de los cuales no existan características detalladas. En estos casos puede ser necesario buscar la alineación con las colecciones o definiciones existentes y tener en cuenta estas fuentes de datos al considerar las metas de las encuestas y las correspondientes metodologías. Las encuestas de victimización nunca serán totalmente comparables con las estadísticas administrativas u oficiales en cuanto a su forma o función, pero si se pone cuidado durante la fase de diseño, pueden ser conjuntos de datos complementarios que faciliten un análisis más extenso.

80. Si se conducen encuestas de victimización en áreas nuevas o emergentes del delito, en las que no se hayan recogido datos anteriormente, o si se considera que estos delitos no han estado bien representados en las estadísticas delictivas registradas, el objetivo de la encuesta podría ser establecer una tasa base de victimización delictiva. Un ejemplo de este tipo de objetivo sería que la encuesta ofrezca un cálculo del número de víctimas de ciertos delitos electrónicos o administrativos.

81. Cuando se han realizado encuestas de victimización delictiva sobre un tema, se puede encargar posteriormente que la encuesta reexamine los cambios que ha habido con el tiempo en las experiencias con el delito y que explore las tendencias en la victimización. En estas situaciones, es necesario que exista la capacidad de comparar la encuesta con encuestas anteriores para crear una línea cronológica y los objetivos declarados de la encuesta deben incluir dicho requisito. Si la encuesta debe tener elementos repetidos para permitir la comparación y el monitoreo a lo largo de cierto periodo, también ello debe ser especificado en los objetivos de la encuesta. La estabilidad de la metodología y la estructura de las preguntas son componentes importantes para permitir la comparación entre distintas enumeraciones. Los cambios al diseño y metodología de la encuesta pueden afectar negativamente la capacidad de realizar comparaciones firmes.

82. Los datos de las encuestas de victimización pueden usarse para revelar detalles específicos sobre las víctimas, los agresores y otras características de los incidentes delictivos. Se deben establecer las expectativas de las características clave en los objetivos de la encuesta para garantizar que se utilicen las metodologías más apropiadas para reunir esta información. Además, se deben establecer los objetivos relacionados con dichos datos detallados de una manera alcanzable. Las decisiones metodológicas se facilitarán si dichos requisitos son declarados de manera específica, por ejemplo: 'La encuesta busca reunir datos sobre la experiencia de las mujeres con la violencia doméstica.' Si los objetivos son específicos, las prioridades serán más claras para el administrador de la encuesta, lo cual ayuda a determinar la recolección de los datos y cuánta información deberá ser desagregada. Esto puede tener un gran impacto sobre el tamaño de la muestra y los recursos que se necesitan para extraer los productos requeridos.

RECUADRO 4: EJEMPLOS DE OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

- La prevalencia de un fenómeno particular (p. ej. las personas o empresas que experimentan victimización).
- Calcular el número de delitos ocurridos durante un periodo específico
- Establecer tasas base de victimización delictiva
- Explorar los cambios en las tasas de victimización delictiva
- Copiar las encuestas anteriores para crear datos cronológicos comparables
- Monitorizar las tendencias en la victimización
- Reunir detalles con respecto a las características de las víctimas, los agresores y los eventos delictivos
- Recoger las actitudes de los encuestados
- Medir la percepción de los encuestados sobre el sistema de justicia penal y las respuestas oficiales ante el delito
- Determinar el miedo de los encuestados al delito o la sensación de seguridad
- Integrar información sobre la implementación de medidas de seguridad y sus efectos

RECUADRO 5: UN EJEMPLO DEL ESTABLECIMIENTO DE LAS METAS Y OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

A continuación viene un ejemplo de la identificación de las necesidades de los actores y los usuarios, así como del establecimiento de metas y objetivos. Este ejemplo utiliza la Encuesta de victimización por fraude al consumidor y fraude masivo (ABS, Fraude Personal, Australia, 2007, número de catálogo 4528.0).

- Las necesidades iniciales de los clientes eran que los datos de la encuesta nutrieran las actividades policíacas, de elaboración de políticas y las actividades educativas con respecto a la victimización por fraude al consumidor. Existía una falta de datos sobre este tema y no existía información confiable sobre el tamaño del problema o los tipos de fraude que encuentran los consumidores en particular.
- Para ofrecer una mejor guía con respecto a las necesidades de los datos, con consultas adicionales a los clientes se formó la base para el establecimiento de los objetivos de la encuesta. Dado que los fraudes masivos normalmente requieren que la víctima responda o interactúe con una invitación de algún tipo, también fue importante recoger una medición de la exposición (en la cual la gente recibía la invitación a la que se podría responder), de cuando respondían, y de cuando perdieron dinero. Los clientes tenían una gama de fraudes y estafas sobre los cuales estaban más interesados en averiguar en detalle, debido a que eran los fraudes más comunes que se denunciaban a las autoridades (fraude con tarjetas de crédito, robo de identidad, loterías, robo electrónico de datos personales, fraude con anticipos económicos, asesoría financiera falsa, estafas en las que se adivina la fortuna, cartas en cadena y esquemas piramidales). Debido a que se conocía poco sobre esta forma de victimización delictiva en esta jurisdicción, los clientes estaban interesados en obtener una amplia gama de detalles sobre los incidentes y las características socio-demográficas de las víctimas y las no víctimas. También estaban interesados en los elementos de seguridad electrónica empleados, el cambio de los comportamientos a lo largo del tiempo, su ubicación geográfica detallada, etc.
- Estas necesidades informativas fueron priorizadas, y se declararon requisitos centrales como: la prevalencia de la exposición, la prevalencia de la respuesta, la prevalencia de la pérdida financiera, el monto de las pérdidas financieras. Una variedad de requisitos sobre características clave de incidentes específicos, como si fue denunciado, el modo de invitación, el monto de dinero perdido, el monto de tiempo perdido y el cambio de los comportamientos.
- Se discutieron los productos de la encuesta con los clientes, quienes pidieron una publicación formal, además de tablas complementarias con respecto a regiones geográficas/administrativas de gran tamaño. También deseaban tener acceso a los datos de los registros confidencializados.
- Se determinó que esta encuesta requería una muestra nacional representativa. Como las expectativas de prevalencia basadas en los trabajos internacionales sugerían que la prevalencia de este tipo de delitos es muy baja, el muestreo tenía que ser muy grande para aumentar la probabilidad de que se generaran resultados útiles. Un gran riesgo de la encuesta de datos era la posibilidad de que la prevalencia de dichos fraudes fuera menor a la esperada y que la calidad de los datos se viera afectada por el incremento en las tasas de error. Otros problemas identificados con respecto a las dificultades en la definición de algunos de los fraudes y a superar la confusión existente entre los encuestados y su incapacidad a reconocer algunos de estos fraudes. También se consideró determinar el periodo de referencia adecuado (particularmente los robos de identidad, que pueden tomar algún tiempo en ser descubiertos).
- Se presentó a los clientes una propuesta de encuesta y se firmaron memorandos de entendimiento para obtener fondos para la encuesta y para definir los productos requeridos y las fechas de entrega.

Basándose en la interacción con el cliente, se identificó que la meta de la encuesta era ‘determinar una referencia del nivel y las características de la victimización por fraudes al consumidor y masivos’.

Los objetivos de la encuesta, por ende, eran cubrir tantas necesidades antes descritas como fuera posible, dados los recursos disponibles y las restricciones prácticas.

Historial de recolección y consideración de otros datos

83. Una vez que se identifican los objetivos, es necesario identificar otras fuentes de datos que puedan estar disponibles para cubrir estas necesidades. Esto permitirá refinar las necesidades de datos declarados y verificar si existe la necesidad de realizar actividades de recolección nuevas o expandidas o si existen encuestas anteriores cuyo alcance pueda ser reconsiderado o extendido. Al usar datos existentes siempre que sea posible para cubrir las necesidades de los usuarios y enfocarse en el cumplimiento de las genuinas necesidades de información como prioridad, se reduce el uso innecesario de los recursos, así como la carga del proveedor. Parte de este análisis debe incluir si la información colateral administrativa de las agencias de justicia o de otras agencias relacionadas puede bastar como fuente de datos para cubrir las necesidades de los usuarios. Estas fuentes pueden ser eficientes y se pueden usar métodos rentables para aprovechar al máximo la información obtenida en las encuestas y contribuir a un programa estadístico más amplio relacionado con el delito y la victimización.

C. Garantía de calidad

84. La calidad o la 'idoneidad para el uso' de la información estadística puede definirse en los términos de seis elementos o dimensiones constitutivos: relevancia, precisión, puntualidad, accesibilidad, interpretabilidad y coherencia (Statistics Canada, 2002c).

85. La relevancia de la información estadística refleja el grado al que cumple las necesidades reales de los clientes. Se relaciona a si la información disponible arroja alguna luz sobre las cuestiones que son de importancia para los usuarios. La evaluación de la relevancia es subjetiva y depende de las necesidades de los usuarios, que varían. El desafío de la agencia es medir y equilibrar las necesidades encontradas de los usuarios actuales y los potenciales para producir un programa que haga tanto como sea posible para satisfacer las necesidades más importantes dentro de las restricciones de recursos dadas.

86. La precisión de la información estadística es el grado al que la información describe correctamente el fenómeno que fue diseñado para medir. Generalmente es caracterizada en términos de error en los cálculos estadísticos y tradicionalmente se desglosa en componentes de sesgo (error sistemático) y una variación (error aleatorio). También se describe en términos de las principales fuentes de error que potencialmente originan las imprecisiones (p. ej. la cobertura, muestreo, falta de respuesta, respuesta).

87. La puntualidad de la información estadística se refiere al retraso entre el punto de referencia (o el final del periodo de referencia) al cual pertenece la información y la fecha en que la información se publica. Normalmente involucra un sacrificio en aras de la precisión. La puntualidad de la información influye en su relevancia.

88. La accesibilidad de la información estadística se refiere a la facilidad con que esta puede ser obtenida de la agencia y comprendida por los usuarios (quienes pueden no ser adeptos a la estadística). Ello incluye la facilidad con que se puede esclarecer la existencia de información, así como la idoneidad de la forma o el medio a través del cual se puede acceder a la información. El costo de la información también puede ser un aspecto de la accesibilidad para algunos usuarios.

89. La interpretabilidad de la información estadística refleja la disponibilidad de información complementaria y de los metadatos necesarios para interpretarla y utilizarla apropiadamente. Esta información normalmente incluye los conceptos subyacentes, las variables, preguntas y clasificaciones usadas, la metodología de la recolección y procesamiento de los datos, así como indicadores o mediciones de las tasas de respuesta y de la precisión de la información estadística.

90. La coherencia de la información estadística refleja el grado en que puede combinarse exitosamente con otra información estadística dentro de un marco analítico amplio, y a lo largo del tiempo. El uso de conceptos, clasificaciones y poblaciones objetivo estándar promueve la coherencia, al igual que el uso de metodologías comunes de una encuesta a otra. La coherencia no necesariamente involucra una plena consistencia numérica.

91. Estas dimensiones de calidad se entrecruzan y están interrelacionadas. No existe un modelo general que las combine para optimizar o para prescribir un nivel de calidad. La consecución de un nivel aceptable de calidad es resultado de abordar, administrar y equilibrar estos elementos de calidad a lo largo del tiempo con una atención cuidadosa a los objetivos y costos del programa, la carga sobre el encuestado y otros factores que pueden afectar la calidad de la información o las expectativas de los usuarios. Este equilibrio es un aspecto crítico del diseño de las encuestas de la agencia.

D. Restricciones presupuestales, de tiempo y de otro tipo

92. Existe una estrecha relación entre la frecuencia, la puntualidad, las metas de la encuesta y los recursos disponibles al conducir una encuesta para víctimas. Para controlar estos factores a lo largo del proceso de encuesta, el administrador de la encuesta debe estar al tanto y debe ser capaz de calcular la influencia de una gama de restricciones operativas. Al mismo tiempo, el administrador de la encuesta debe comprender las expectativas de los clientes y los actores y el enfoque primordial de producir datos que sirvan para el propósito previsto. No siempre será posible cumplir todas las necesidades de los clientes, ya que existen muchos factores que tienen que ser tomados en cuenta antes de proseguir a la conducción de una encuesta. Entre estos están:

- Los recursos/presupuesto disponibles;
- El tiempo disponible para entregar los datos ‘adecuados para el propósito’ a los clientes;
- Requisitos tecnológicos/sistemas;
- Tamaño del muestreo, que afecta las cargas de trabajo;
- Los niveles de precisión requeridos en los datos finales;
- Restricciones organizacionales y operativas;
- Baja prevalencia de los tipos o eventos delictivos seleccionados;
- Preguntas que podrían no ser adecuadas para las encuestas;
- Carga del proveedor;
- Prioridades encontradas del programa de trabajo;
- Diseño de las encuestas para garantizar una cobertura adecuada de las prioridades del alcance.

Presupuesto

93. Una de las restricciones más fundamentales a una encuesta es el presupuesto disponible. En algunos casos, la agencia que conduce la encuesta puede financiarla con recursos internos. En otros, las labores de la agencia son financiadas por múltiples agencias u organizaciones. El tamaño del presupuesto disponible influye prácticamente en todas las áreas del proceso de encuesta, desde el alcance, el diseño, el marco temporal, las metodologías disponibles, la sofisticación y el grado de los productos, y el análisis posterior.

94. Otros factores clave que se deben considerar al embarcarse en una encuesta sobre victimización delictiva incluyen si la organización tiene la infraestructura disponible y la capacidad de emprender la encuesta sobre victimización delictiva. En algunos casos, puede estar disponible sólo una parte o nada de la infraestructura o capacidad necesaria, así que una de las opciones puede ser asignar una parte de los componentes de la encuesta, o toda la encuesta, a terceros.

95. Dependiendo de las políticas particulares que existan dentro de la jurisdicción, una opción sería que una agencia externa de investigación de mercado u otra empresa relacionada asuma parte del trabajo de la encuesta. Se debe recordar que asignar el trabajo a terceros ofrece tanto ventajas como desventajas. Por ejemplo, puede generar posibles reducciones a las tasas de respuesta, restricciones al tipo de información que se puede recolectar, del rango de personas que pueden ser contactadas por la organización, de la protección de la privacidad y confidencialidad de la información personal de los encuestados y la necesidad de monitorizar y evaluar una agencia externa. Por el otro lado, el asignarlo a terceros puede ser una alternativa más rápida y menos costosa. En el caso de las agencias que no tienen paneles fijos de entrevistadores u otro tipo de infraestructura necesaria para conducir encuestas a la población, su asignación a terceros puede ser una opción importante a presupuestar y considerar.

96. Dependiendo de la experiencia técnica específica de los administradores de la encuesta, puede ser necesario también pagar consultores externos para que trabajen en distintos elementos del proyecto. Por ejemplo, si se está conduciendo una encuesta en un área especializada en políticas y administración de justicia, puede ser necesario consultar expertos en metodología al diseñar la encuesta, procesar y analizar los datos. Ellos pueden añadir bastante a los costos de personal de una encuesta y debe presupuestarse de antemano siempre que sea posible. Como alternativa, si se encarga a una agencia estadística conducir la encuesta, pero esta no tiene acceso a personas con suficiente experiencia especializada en las áreas de criminología o las áreas relacionadas con la justicia, dichos conocimientos tendrán que obtenerse fuera de la organización.

RECUADRO 6: ¡PRECAUCIÓN!

Se debe desarrollar una estrategia de riesgo si se asigna el trabajo a terceros para garantizar que los resultados no se vean comprometidos de manera alguna. La asignación del trabajo a terceros añade un nivel de complejidad al proceso de la encuesta, al reducir la capacidad de controlar y monitorizar el proceso y la calidad. Se debe poner atención para garantizar que no se comprometan ciertos principios (p. ej. la confidencialidad, privacidad, los derechos de autor).

97. Aunque la asignación del trabajo a terceros es una opción, existen ventajas en el desarrollo y mantenimiento de la capacidad interna, si no existe aún dentro de la organización. Entre estas están el mantener un estrecho control sobre la encuesta, desarrollar la experiencia técnica y la capacidad de personal a lo largo del tiempo, lo cual puede reducir los costos.

98. Dependiendo de la infraestructura disponible dentro de la organización, también se pueden mantener los costos al mínimo usando vehículos de encuesta ya existentes. Las encuestas de victimización delictiva no tienen que conducirse a derecho propio. Dependiendo de las necesidades de los clientes, puede convenir agregar preguntas específicas a una encuesta ya existente.

99. Se tiene que considerar una variedad de componentes adicionales al elaborar el cálculo del presupuesto de la encuesta sobre victimización delictiva. Uno de los más prominentes es la viabilidad del alcance declarado en las metas y objetivos de la encuesta, dados los recursos disponibles. Si el objetivo declarado de la encuesta es demasiado amplio, o si, en contraste, contiene demasiados elementos de “datos esenciales”, puede no ser viable conducir una encuesta del tamaño requerido dados los recursos disponibles. Se puede hacer valer la inversión si el administrador de la encuesta logra priorizar el contenido esencial de una encuesta y el alcance de la recolección — ¿qué es lo que realmente se requiere para responder la pregunta? y ¿de qué manera se equilibra esto con los recursos disponibles? Responder estas preguntas puede ayudar a dirigir al administrador a limitar el alcance de la encuesta si es necesario, basándose en los recursos disponibles. Al evaluar el costo de distintos aspectos del proceso de la encuesta es posible comenzar a equilibrar ambos.

100. El tiempo que toma el desarrollo y el grado de desarrollo requerido son áreas importantes que se deben presupuestar adecuadamente. Si los temas que serán cubiertos en la encuesta de victimización son áreas relativamente nuevas y emergentes, temas delicados o simplemente temas que no hayan sido recogidos en cierta jurisdicción o usando una metodología particular, es probable que los costos de desarrollo, en cuanto a tiempo y recursos, sean grandes. Sin embargo, como comparación, los costos de desarrollo de una encuesta constante, o de las encuestas que esencialmente repiten una encuesta anterior, tienden a ser menores. El crear un presupuesto para cubrir costos de desarrollo debe tomar en cuenta una variedad de actividades, todas las cuales mermarán en mayor o menor grado los recursos. Por ejemplo:

- Los estudios de determinación del alcance, incluyendo la investigación de oficina, pueden expandirse a grupos de enfoque o mesas redondas con paneles de expertos para determinar puntos y definiciones clave;
- Diseño de cuestionarios y preguntas;
- Las pruebas cognitivas, u otras formas de prueba a través de cuestionarios, que pueden ser muy benéficas, pero requerir mucho trabajo;
- La elaboración de los materiales requeridos para acudir al campo (la codificación para su uso con la tecnología; la elaboración de materiales impresos);
- La creación de capacitación requerida para los entrevistadores y demás personal, para permitirles trabajar con la encuesta en particular.

101. Las encuestas de victimización delictiva pueden conducirse usando una variedad de modos, incluyendo entrevistas cara a cara, encuestas por correo, encuestas por teléfono y encuestas por Internet. Cada uno de estos métodos está asociado con distintas necesidades presupuestales. Generalmente el método más caro es la entrevista cara a cara, debido a que se requiere una mayor participación de personal en la recolección de datos. Por lo tanto, se tendrán que asignar mayores recursos a las labores si se selecciona este método.

102. Ahora que la recolección, procesamiento y producción de datos de encuestas recurre cada vez más a nuevas tecnologías, puede requerirse una parte significativa del presupuesto para comprar o dar

mantenimiento a nuevos sistemas informáticos, redes u otras herramientas, si se emprende la encuesta internamente y no se utiliza otro vehículo de encuesta. Dependiendo del tamaño y la naturaleza de la encuesta de victimización que se vaya a conducir, se pueden requerir aplicaciones tecnológicas especializadas para diseñar formularios o cuestionarios, para la recolección (particularmente si se utilizan entrevistas asistidas por computadora), procesamiento y el cotejo de los datos y la generación de los distintos productos. Otros costos adicionales pueden ser: redes, tarifas telefónicas y de Internet, el costo del hardware y los costos de soporte.

103. Los costos del personal generalmente son componentes esenciales del presupuesto. Como se mencionó anteriormente, existe una gama de variables: el personal existente dentro de la agencia en cargos con salario, los costos administrativos, los costos de los entrevistadores si son necesarios y los costos que podrían involucrar al contar con consultores o expertos externos. Si se utilizan grupos de enfoque o ejercicios de pruebas cognitivas para el desarrollo de la encuesta, puede ser necesario contabilizar en el presupuesto los pagos nominales que generalmente se realizan a los participantes. La inclusión de grupos culturales específicos o de áreas remotas puede requerir estrategias especializadas que pueden incrementar considerablemente el costo de la encuesta.

104. Dependiendo del tema, y de los actores identificados, puede ser necesario contar con una amplia gama de consultorías. Esto puede involucrar traslados, visitas a clientes claves, pagar los costos de la realización de mesas redondas u otro tipo de foros, traslados para comunicarse con líderes o grupos comunitarios sobre la encuesta antes de su enumeración, etc. Se debe tomar en cuenta el costo de mantener la comunicación con los clientes y de la intermediación necesaria para garantizar que la encuesta prosiga exitosamente.

105. También se deben incluir los materiales en el presupuesto de la encuesta. Ello puede incluir el costo de la impresión y distribución de formularios, instrucciones de la encuesta y otros materiales. Si se van a difundir los productos en formato impreso, también se debe calcular este costo. Una tendencia creciente es publicar los resultados de las encuestas de victimización en formatos electrónicos, lo cual puede ser más barato desde la perspectiva de los recursos. Sin embargo, esto puede limitar el acceso de los clientes y otros usuarios a los productos de la encuesta, dependiendo de la disponibilidad de dichos servicios.

106. Todos los costos previamente descritos, si aplicables, componen la base de los costos operativos de la conducción de una encuesta. Además de éstos, existen costos que aumentan o disminuyen dependiendo del número de personas, hogares o empresas que sean contactados en la encuesta de victimización. Estos pueden considerarse como costos de cada unidad, y es importante tenerlos en cuenta al determinar si es rentable hacer el muestreo necesario dado el presupuesto disponible. También es importante destacar que el presupuesto requerido para conducir una encuesta puede exceder el presupuesto de un año fiscal, y ello debe ser comprendido y contabilizado de antemano.

107. Pueden existir otros costos por unidad, dependiendo del enfoque de la encuesta de victimización. Por ejemplo, al realizar una encuesta sobre violencia doméstica es necesario tomar medidas adicionales para garantizar la privacidad de las entrevistas y la seguridad de los encuestados, lo cual puede involucrar la realización de varias citas. Las encuestas a minorías pueden requerir la traducción de los documentos de campo o el reclutamiento y capacitación de personal de campo políglota.

108. La Figura 3 presenta un cálculo de la proporción de un presupuesto que puede verse que sea necesario en las distintas etapas del desarrollo, enumeración y producción de una encuesta. Los costos específicos varían dependiendo del tema, el tamaño del muestreo, la metodología, la disponibilidad de recursos, las condiciones locales y la experiencia que tenga la agencia en la conducción de encuestas. El modo de entrevista puede afectar el presupuesto global, pero las proporciones de los distintos componentes que están dentro del presupuesto permanecerán más o menos iguales. Esta presentación asume que la encuesta es realizada por primera vez, por una agencia, y por lo tanto requiere bastante desarrollo. Si la encuesta fuera a conducirse repetidamente, esta etapa puede requerir un desembolso mucho menor en comparación con otras actividades. La mayoría de los fondos se necesitarán para los aspectos operativos de la encuesta (entrevistadores, materiales, procesamiento y demás infraestructura de la encuesta), los cuales son los que generan los datos en sí. Se recomienda que se conserve una pequeña parte de los recursos para permitir la evaluación de los procesos, productos y resultados de la encuesta — particularmente si existe la posibilidad de que la encuesta se repita en el futuro. Este paso añade la responsabilidad de la rendición de cuentas, y permite la mejora de los procesos y la prevención de problemas a futuro. Si la encuesta se realizara de otra manera y no ‘internamente’, como por medio

de un contrato o un acuerdo con una agencia externa, el financiamiento requerido para las distintas fases dependerá de la experiencia de la agencia en la conducción de encuestas, lo bien establecida que esté la infraestructura de encuesta y el grupo de entrevistadores de la organización, y otras cuestiones comerciales como la competencia, la oferta y la demanda.

109. Una vez que los costos previstos de los distintos componentes de la operación de la encuesta han sido calculados, el administrador de la encuesta está en buena posición para determinar si las metas y objetivos de la encuesta pueden cumplirse con los recursos que probablemente estarán disponibles y considerar la negociación o búsqueda de fondos adicionales. Si ello no es posible, puede ser necesario considerar cambios al alcance, el tamaño del muestreo o la complejidad, el tamaño de los productos o los cronogramas.

Cronogramas

110. El cronograma involucrado en una encuesta es una restricción importante al proceso de encuesta y los recursos requeridos. Si la encuesta de victimización delictiva planeada no ha sido conducida anteriormente, es importante establecer cuanto tiempo de anticipación se requerirá para desarrollar la encuesta hasta el punto en que pueda ser llevada al campo para su enumeración. Si es tanto una encuesta nueva como un tema nuevo o emergente, los tiempos de anticipación pueden ser mayores, dado el trabajo adicional necesario para realizar el alcance del tema y concebir una encuesta que pueda medir los conceptos de interés. Si se trata de una nueva versión de una encuesta ya existente, o de una encuesta continua, tal vez se pueda operar con un tiempo de anticipación menor, pero puede ser más importante apegarse a un cronograma regular de recolección, procesamiento y producción de los datos.

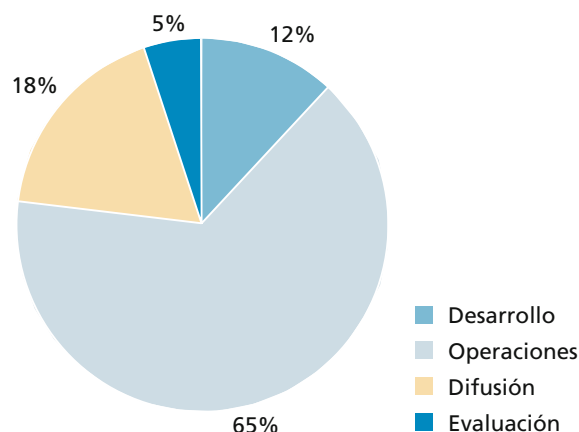
111. La puntualidad de los productos es una medida crucial del éxito para la mayoría de las encuestas de victimización. Esto es particularmente relevante en el caso de las encuestas requeridas específicamente para la formulación o evaluación de políticas. Vale repetir que los cronogramas deben especificarse primordialmente basándose en la información que se requiere de la encuesta, y el propósito para el cual se necesitan los datos. Por ejemplo, si la necesidad de información es urgente, una encuesta que produzca una medida muy precisa de los puntos de interés puede carecer de sentido si la produce en tres años. En algunos casos, puede ser conveniente producir un conjunto de datos más pequeño o menos detallado en un lapso más corto para cumplir los requisitos de los usuarios. Sin embargo, si la necesidad de información es constante, y es importante invertir el tiempo necesario obteniendo datos detallados y de alta calidad, este lapso puede ser aceptable y los resultados pueden ser relevantes. Conseguir un equilibrio adecuado entre la calidad y la profundidad de los productos, la puntualidad requerida para que los datos sean relevantes y útiles para los usuarios, y los recursos requeridos es una tensión de la cual los administradores de la encuesta tienen que estar conscientes al establecer los parámetros para el proceso de la encuesta.

112. Una consideración importante al calcular el presupuesto y el cronograma necesario es la influencia de la puntualidad. En algunos casos, es menos costoso tomarse más tiempo para terminar un proceso y en otros casos puede ser menos costoso que las actividades se realicen intensivamente. Por ejemplo, es importante que los administradores de las encuestas consideren si se pueden conseguir ahorros realizando una entrega escalonada de los productos. Puede ser necesario comprometer la puntualidad para alcanzar los propósitos y metas de la encuesta.

Otras consideraciones

113. Existe una variedad de restricciones adicionales que puede afectar el proceso de la encuesta y que deben ser consideradas desde el principio. Las políticas de la agencia estadística o de otras agencias involucradas en la encuesta pueden imponer una variedad de restricciones a las actividades de la encuesta. Algunos ejemplos de las posibles restricciones son los límites al tiempo de entrevista o el tipo de temas que se pueden abordar con los distintos métodos. Por ejemplo, se debe evaluar si existen temas particularmente delicados, como la agresión sexual o la violencia doméstica, si existen límites a los vínculos que pueden establecerse entre los conjuntos de datos, los tipos de productos aceptables y el

Figura 3: Proporción ilustrativa del presupuesto para cada etapa de la encuesta



acceso de los usuarios a los datos, etc. Además, la estructura organizacional de la agencia estadística y el gobierno del proyecto de la encuesta pueden imponer restricciones a la toma de decisiones o a otros aspectos del proceso de encuesta.

114. El mantenimiento de la privacidad y la confidencialidad de los encuestados es vital para cualquier agencia estadística, ya que sin la confianza de los encuestados, la agencia no puede esperar recibir apoyo para las actividades de encuesta, mantener tasas de respuesta elevadas o generar datos que puedan considerarse como resultado de un informe honesto. Como resultado, se debe dar una gran importancia a las políticas diseñadas para proteger los datos y la identidad de los encuestados. Además de las políticas específicas de la agencia estadística, suelen existir responsabilidades éticas y controles legales en torno a los datos personales (por ejemplo, las leyes que protegen la privacidad del individuo).

115. Pueden existir limitaciones con respecto a quién puede, debe o se tiene que involucrar en el proceso de desarrollo y operación de la encuesta. Algunos acuerdos comerciales entre agencias pueden imponer restricciones al acceso a los instrumentos o los datos en bruto de la encuesta y se deben administrar cuidadosamente las implicaciones del trabajo de la agencia estadística en el marco de estos acuerdos. Si la agencia estadística tiene lineamientos y políticas estrictos con respecto a la privacidad de los encuestados y la protección de los datos, la participación de personas o agencias externas puede estar restringida exclusivamente a la interacción consultiva, puede ser necesario implementar medidas adicionales de control para garantizar que todos los subcontratistas también cumplan los mismos requisitos de privacidad.

116. Las consideraciones culturales pueden ser un factor que afecte la encuesta y deben ser tomadas en cuenta. Por ejemplo, en algunas situaciones puede ser necesario obtener permiso de una persona en particular para entrevistar a otros miembros de la familia o para que haya otra persona presente durante la entrevista. Podría no ser apropiado manejar algunos temas de cierta manera, y por ende, los factores culturales pueden tener un impacto sobre la metodología. Podría ser necesario ajustar los métodos, el contenido y las preguntas a las necesidades de los encuestados que provengan de distintos contextos culturales.

117. Puede ser necesario considerar todas las dificultades logísticas si las especificaciones de la encuesta incluyen la recolección de datos de personas que vivan en áreas geográficamente remotas o áreas que no cuenten con ciertas tecnologías. La disponibilidad de personas que de lo contrario entrarían en el alcance de la encuesta puede verse limitada por dichas consideraciones, y se puede introducir un sesgo al marco del muestreo si estas cuestiones no son comprendidas y manejadas adecuadamente. Esto también puede darse en áreas altamente desarrolladas y áreas urbanas en las que las tecnologías están cambiando y evolucionando. Por ejemplo, las encuestas que recurren a entrevistas telefónicas pueden encontrar dificultades debido al advenimiento de los teléfonos móviles como principal punto de contacto. Si se recurre a listas públicas de contactos o al marcado aleatorio de líneas fijas, muchas personas que pueden haber adoptado el teléfono móvil como punto principal de contacto pueden quedar excluidas. Debido a que estos cambios en el uso de las tecnologías generalmente no ocurren de manera homogénea en toda la población, esto crea un sesgo en el muestreo. Se debe considerar el desarrollo de estrategias para superar estas cuestiones, por ejemplo un contacto inicial cara a cara y cartas de introducción.

118. Una inquietud primordial de las agencias estadísticas es reducir al mínimo la carga al encuestado. Esto generalmente se logra reduciendo el tiempo que toma realizar la encuesta y generar los datos necesarios para cumplir los objetivos estadísticos declarados. Esta es una inquietud particular al tratarse de subgrupos menores de la población o de comunidades con un elevado nivel de muestreo, donde tal vez se realice una variedad de actividades estadísticas de manera continua. Para mantener la necesaria buena fe del público encuestado se debe evitar el imponer una carga excesiva a las personas entrevistadas.

119. Para reducir los efectos de una encuesta pesada, las agencias estadísticas deben asegurarse de que la recolección no se realice con una frecuencia mayor a la necesaria para cumplir las necesidades de los usuarios. Es útil que se ofrezca una explicación de las razones de la recolección de datos a los encuestados. Algunas agencias pueden tener límites particulares a la carga que se puede imponer a los encuestados, ya sea de forma individual o colectiva. Estas restricciones deben ser manejadas con respecto a otras encuestas y la encuesta que está siendo considerada. Para medir el impacto de las encuestas sobre los encuestados y, por ende, monitorizar la carga al encuestado, es recomendable que la recolección de la encuesta incluya una pregunta estándar sobre el tiempo tomado, la cual debe colocarse al reverso del cuestionario en los instrumentos de papel o por computadora. Cuando se recurra a entrevistas telefónicas, es recomendable que el recolector de los datos monitoree la duración de la entrevista. Esta infor-

mación suele ser necesario para el pago y para otras funciones administrativas, pero también es un indicador importante de la carga al encuestado.

120. En resumen, el administrador de la encuesta tiene que comprender los recursos que están disponibles, identificar las necesidades prioritarias de los usuarios e identificar las características clave que harán que los datos sean aptos para el propósito indicado. Si ello es imposible debido al ambiente y los recursos disponibles, es necesario comunicarse con el cliente para administrar las expectativas, reunir fondos adicionales, refinar los propósitos principales de la encuesta y/o seleccionar metodologías alternativas.

E. Poblaciones objetivo

121. La ‘población objetivo’ es el conjunto completo de unidades que serán estudiadas. Dicha población objetivo debe ser definida de acuerdo a las metas y objetivos identificados para la encuesta. Por ejemplo, la población objetivo podría ser la población general de un país en particular, o todas las empresas que operen en el país al momento. Mientras que la selección de la población objetivo se relaciona estrictamente con el problema que está siendo estudiado, la población real que será estudiada puede no obstante ser restringida por factores distintos, a veces encontrados, como el marco del muestreo, los costos y la disponibilidad de recursos, la accesibilidad de la población y los atributos de la población. Sujeta a dichas restricciones, la cobertura de la encuesta debe apuntar a lograr un muestreo representativo de la población objetivo. Además del conjunto de la población objetivo, las encuestas pueden definir sub-poblaciones objetivo. Una sub-población puede ser definida por características como la edad, el género, la ciudadanía o el origen étnico. Cuando se requiera información, como las tasas de prevalencia de la victimización delictiva sobre algunas sub-poblaciones particulares aparte del conjunto de la población objetivo, es importante que esto sea tomado en cuenta en el diseño del muestreo de la encuesta. El diseño del muestreo se discute en detalle en la sección III.G.

122. Con respecto a la victimización delictiva, la población objetivo es el conjunto de unidades que podrían ser víctimas de los delitos que se están estudiando. La población objetivo de las encuestas de victimización suele definirse por edad o por género, así como por ubicación geográfica, por ejemplo:

- Todos los adultos (especificar límite de edad mínima. Por ejemplo: 14 en Italia; 16 en Inglaterra y Gales, 18 en otros países);
- Todas las personas que tengan entre 12 y 65 años de edad (cuando se considere entrevistar niños es necesario el uso de una tercera persona, p. ej. para proveer información sobre el hogar);
- Todas las mujeres (especificar límite de edad mínima. Por ejemplo, 16 en Italia, Inglaterra y Gales. Especificar límite de edad máxima. Por ejemplo, 70 en Italia);
- Otros grupos como las minorías étnicas, inmigrantes, personas discapacitadas, la comunidad lesbiana y homosexual o la gente que viva en circunstancias especiales.

123. Al identificar la población objetivo, se tiene que considerar el método de muestreo, ya que es probable que existan sub-grupos que sean más difíciles de muestrear. En el caso de una encuesta a adultos de 18 años en adelante, será más difícil incluir en la muestra a la gente que viva en instituciones (p. ej. asilos, hospitales, prisiones, etc.) o las personas sin hogar. En esos casos, se suele excluir a dichos grupos del muestreo. Ello quiere decir que la población de la encuesta puede no corresponder del todo a la población objetivo, y esto se tiene que tomar en cuenta al presentar los cálculos. En el ejemplo anterior es posible que algunos de los sub-grupos faltantes (p. ej. las personas que están en prisión y las personas sin hogar) tengan mayores niveles de victimización, así que su exclusión podría afectar los cálculos globales. Estos sub-grupos adicionales pueden ser el enfoque de encuestas de diseño especial, cuyos hallazgos pueden ser usados como complemento de una encuesta de victimización más general.

124. De acuerdo a distintas reglas o hábitos legales y/o culturales, se pueden excluir sub-grupos específicos de la población objetivo. Por ejemplo, las dificultades del acceso o las dificultades para entrevistar a las personas que están por encima de cierta edad puede ocasionar que queden fuera del muestreo. Algunas veces se puede entrevistar a sub-poblaciones específicas indirectamente por medio de terceros. Éstos serían personas que responden en lugar del encuestado. Aunque puede ser mejor obtener una entrevista por medio de un tercero que no obtenerla en absoluto, puede ser cuestionable qué tanto saben los terceros sobre la victimización que están reportando. Además, en algunos casos (como en el caso de los familiares o los proveedores de atención médica) dichos terceros pueden ser los mismos perpetradores de la victimización contra el encuestado.

125. En el caso de ciertos tipos de victimización, se pueden requerir poblaciones objetivas muy diferentes. Por ejemplo, un estudio de la violencia en el lugar de trabajo puede requerir un muestreo de personas empleadas en ocupaciones particulares. O en el caso de un estudio de la corrupción se puede buscar un muestreo de la población que trabaja en industrias o sectores específicos.

126. Incluir jóvenes (menores a 16 o 18 años de edad) en la muestra añade consideraciones adicionales sobre el diseño de la encuesta. Puede ser necesario obtener permiso de los padres y/o la escuela; se debe garantizar la confidencialidad de las respuestas de los jóvenes; podría ser necesario adaptar el texto de las preguntas para un público menor y el diseño, formato y modo de entrega de la encuesta podría cambiar. Se suelen utilizar las escuelas como sedes para conducir encuestas a los jóvenes, excluyendo así a aquellos que no asisten a ella. Puede ser necesario tener en cuenta consideraciones similares en las encuestas dirigidas a otros sub-grupos, como las personas con discapacidad física y mental o personas con un bajo nivel de alfabetización.

127. Al seleccionar la población objetivo, existe una variedad de factores que deben ser considerados. Primero, se debe medir la naturaleza del problema que está siendo abordado y los atributos de la población. ¿Será adecuado un muestreo de la población general o existe un grupo particular que sea más importante? Por ejemplo, si los jóvenes son los más victimizados, ¿será más eficiente únicamente cubrir a los jóvenes, o será más importante obtener un panorama general de la victimización? Segundo, se debe considerar la accesibilidad de la población. El muestreo de la población general es el más fácil de obtener. Es más difícil realizar muestreos en los sub-grupos, por su propia definición, especialmente si los miembros del grupo están dispersos homogéneamente en cierta área. La cobertura definida por edad incurre en costos adicionales, porque no todas las personas contactadas son elegibles, mientras que la cobertura definida por otros atributos, como la raza puede generar costos extra y es menos probable que arroje una muestra plenamente representativa. Por último, la disponibilidad de recursos es una consideración vital al seleccionar la población objetivo. Los recursos disponibles, tanto en términos de financiamiento como de personas que conduzcan la encuesta, influyen en las decisiones sobre la cobertura, particularmente con respecto a la accesibilidad de algunos grupos.

RECUADRO 7: LA IMPORTANCIA DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo debe ser considerada cuidadosamente en términos del diseño del marco de muestreo y de la interpretación de los resultados. Por ejemplo, al medir la victimización dentro de un área geográfica particular, como una ciudad, se deben contabilizar las diferencias entre aquellos que viven dentro de las fronteras del área y aquellos que están en el área de la ciudad únicamente por su trabajo o por esparcimiento. Dichas poblaciones flotantes también estarían en riesgo de victimización, pero no sería capturada en una encuesta estándar en hogares que se enfoque en una ciudad. Ello también afecta las comparaciones entre los resultados de las encuestas de victimización y las estadísticas policiales, dado que estas últimas tienen que incluir casos que ocurrieron a no residentes.

F. Marcos de muestreo de la encuesta

128. La identificación de la población de interés es la base para determinar cómo seleccionar el muestreo de la encuesta. El método de selección de la muestra depende de la existencia o ausencia de listas o registros de población, como los listados telefónicos o de direcciones. En esta sección se discuten los conceptos del marco de muestreo y se identifican cuestiones que deben tomarse en cuenta y algunas maneras en que se puede desarrollar el marco para seleccionar un muestreo representativo para la encuesta.

129. El marco de muestreo de la encuesta se refiere a una lista completa de la población, de la cual se extraerá la población objetivo. Esta define la técnica y los métodos para realizar el muestreo de las unidades, cuyo diseño también afecta los cálculos y su precisión estadística.

130. Los marcos de muestreo incluyen listas de:

- Los registros de población, los registros electorales, los registros de nacimiento, los registros médicos, que pueden ser usados como marco de muestreo de personas;
- Los archivos de direcciones postales o los registros electorales podrían servir de marco de muestreo para los hogares;
- Las listas de licencias de conducir pueden servir de marco de muestreo para las personas de suficiente edad para tener licencia;
- Los listados telefónicos se pueden usar como marco para los hogares que tengan teléfonos.

- Un listado de empresas u organizaciones que estén en un directorio empresarial podría ser usado como marco de muestreo para empresas.

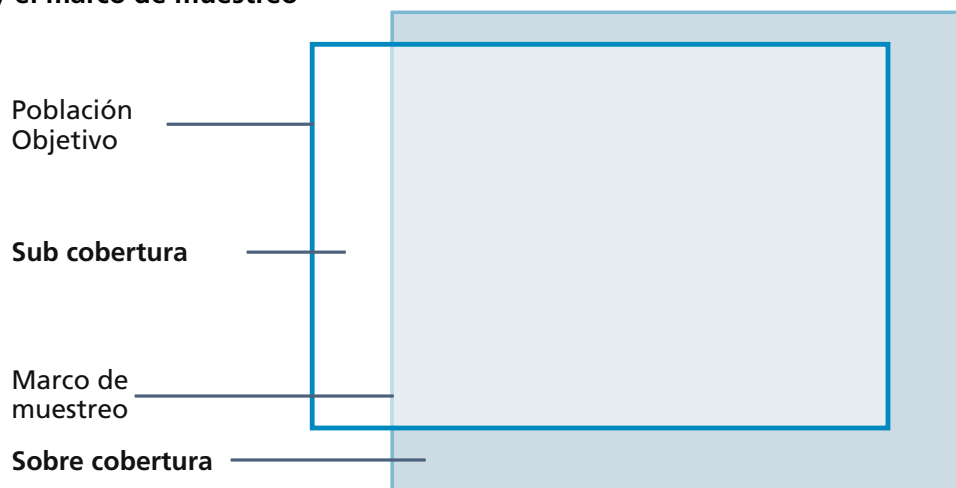
131. Los marcos de muestreo a menudo no son una representación exacta de la población objetivo, ya que podrían no incluir algunos elementos del objetivo (sub-cobertura) o pueden contener elementos ajenos a este, p. ej. unidades de muestreo mal identificadas (sobre-cobertura). Algunos ejemplos de sub-cobertura serían excluir a gente que vive en grupos o en residencias compartidas, como las residencias estudiantiles o los asilos, de una encuesta general, o excluir a los hogares que únicamente usan teléfonos móviles o que no han registrado su número telefónico para ser excluidos de las llamadas no solicitadas de una encuesta telefónica general. Un ejemplo de sobre-cobertura sería la inclusión de visitantes extranjeros en una encuesta sobre la victimización de población residente normal.

132. Para evitar que se incluyan unidades no relevantes en la muestra, la primera parte de la entrevista suele incluir algunas preguntas usadas para confirmar la elegibilidad de la persona o la unidad contactada. Por ejemplo, dependiendo del marco de muestreo, el representante de campo puede preguntar al encuestado si pertenece a un género o edad particular, o si es residente de tiempo completo en el hogar.

133. La Figura 4 ilustra las relaciones entre la población objetivo, la población de la muestra y el marco de muestreo. Éstas muestran los problemas de sub o sobre-cobertura, con las razones principales correspondientes a ellos, en relación al modo de entrevista (p. ej. encuesta telefónica, cara a cara, por correo, por correo electrónico o por Internet).

134. El cuadro de orilla negra de la Figura 4 representa la población objetivo. El cuadro gris, incluyendo las partes gris claro y gris oscuro, representa el marco de muestreo que incluye todas las unidades disponibles que fueron elegidas para extraer la muestra. Únicamente la parte gris claro del recuadro del marco de muestreo es útil para estudiar la población objetivo, pero no lo sabemos de antemano, ya que los errores de la lista del marco de muestreo no siempre se detectan fácilmente. Más aún, la parte gris oscuro del recuadro del marco de muestreo no es útil para estudiar la población objetivo y representa la sobre-cobertura de la lista. La parte blanca de la población objetivo representa la sub-cobertura de la población que no aparece en la lista y de la cual, por lo tanto, no se extrae una muestra.

Figura 4: La relación entre la población objetivo, población de la muestra y el marco de muestreo



Cuestiones a considerar

135. La cobertura y el modo de recolección de datos determina el tipo de marco de muestreo requerido. Si la cobertura se refiere a personas de la población general, será conveniente usar listas de personas, direcciones o números telefónicos. Si la encuesta es de empresas, se requiere algún tipo de registro empresarial. Las encuestas cara a cara requieren una lista de personas con sus direcciones, una lista de direcciones donde las personas no estén identificadas o una lista de teléfonos para hacer el contacto inicial. Las encuestas postales requieren una lista de direcciones (que podrían, o no, identificar a las personas) y las encuestas telefónicas requieren ya sea una lista de números telefónicos o el uso de marcado aleatorio (más adelante).

136. Algunos países tienen registros de población que ofrecen marcos de muestreo útiles para distintos propósitos, ya que tienden a tener una buena cobertura de la población, son actualizados con regularidad y contienen información adicional útil o pueden ser vinculados con otras bases de datos para adquirir datos adicionales. Dichos recursos disminuyen la carga impuesta al encuestado cuando la información está disponible en otras fuentes.

137. Los archivos de direcciones postales pueden ofrecer un listado exhaustivo de direcciones, pero su cobertura debe ser verificada. ¿Incluye esta lista todas las direcciones privadas? ¿Se incluyen direcciones empresariales? ¿Es posible identificar direcciones de hogares múltiples? Los registros electorales pueden ofrecer un listado de direcciones o de las personas que se encuentran en ellas, pero su cobertura está limitada a las personas que se registran para votar y, en algunos países (p. ej. el Reino Unido) la gente puede pedir que no se publiquen sus detalles. Las autoridades educativas tienen listas exhaustivas de los niños en edad escolar, pero pueden existir problemas de confidencialidad y acceso que deben ser considerados.

138. Las imperfecciones del marco, como la sub-cobertura (p. ej. si la lista de direcciones no incluye casas nuevas) y la sobre-cobertura (p. ej. si la lista de personas incluye gente fallecida o gente que se mudó) tienden a introducir un sesgo o a disminuir la confiabilidad de los cálculos de la encuesta y a aumentar los costos de la recolección de datos, así que es importante establecer la siguiente información:

- ¿Qué información está disponible en el marco sobre las unidades de muestreo? (p. ej. nombre, dirección, género, edad, fecha de nacimiento, área territorial). Este tipo de información puede ser útil para la estratificación del muestreo (consultar sección más adelante), la identificación de sub-grupos, el procesamiento, imputación, cálculo, vinculación de registros, evaluación de la calidad y el análisis de los datos;
- ¿Cuál es la calidad de esta información? — ¿cuáles son los niveles de datos faltantes y qué se sabe con respecto a la veracidad de los registros?
- ¿Qué tan completas y veraces son las listas de muestreo? Las listas creadas a partir de fuentes administrativas pueden no ser tan veraces como los investigadores desearían. También pueden existir omisiones;
- ¿Con qué frecuencia se actualiza el marco de muestreo? Se debe usar la versión más reciente, tomando en cuenta cualquier actualización disponible. Los países en los que los datos del censo sean la principal fuente de datos sobre la población disponible, en vez de registros de población actualizados regularmente, enfrentan desafíos particulares al tratar de desarrollar un marco de muestreo actualizado;
- ¿De qué manera se actualizará el marco de la encuesta en el futuro?
- ¿Cómo se manejan los duplicados? Todos los marcos tienden a incluir duplicados. Éstos tienen que ser identificados para garantizar la igualdad en la probabilidad de selección. Si no existe un procedimiento estándar para identificar duplicados en el marco elegido, ello debe ser incorporado al diseño del muestreo;
- ¿De qué tipo es la lista? ¿Está disponible para ser usada? Actualmente hay muchas listas disponibles electrónicamente, pero puede requerirse software especial. Si las listas no son electrónicas, los recursos serán un factor particular para la selección de la muestra, la cual requerirá mucho más tiempo que una selección electrónica. Algunas listas pueden restringirse a ciertos grupos de usuarios y se tendría que negociar el acceso especialmente.

139. Es posible usar múltiples marcos de muestreo en ciertas circunstancias. Cuando existen varios marcos, algunos de los cuales están incompletos pero son menos onerosos y otros que son tan costosos pero que rebasan el presupuesto, se debe considerar el uso de múltiples marcos. Esto puede ser particularmente valioso para ocuparse de las cuestiones de la sub-cobertura. En la práctica, el diseño de marco múltiple también involucra un diseño múltiple en el modo de entrevista. Por ejemplo, la gente que no puede ser contactada por teléfono puede ser entrevistada cara a cara, usando otras listas, como registros de direcciones, nacimientos, licencias de conducir o registros electorales, en el caso de las encuestas en hogares. Sin embargo, el agrupar resultados de distintos métodos y distintos diseños de muestreo para extraer cálculos globales tiene que tomar en cuenta cada error de medición específico y es probable que el índice global de error sea más elevada.

RECUADRO 8: CASO ESTUDIADO: MUESTREO USANDO ENCUESTAS TELEFÓNICAS A LA POBLACIÓN GENERAL

La mayoría de los países tienen listas de usuarios de líneas fijas, aunque cada vez son menos exhaustivas en cuanto a cobertura de la población, debido al aumento de hogares que sólo usan teléfonos móviles. Un informe especial de 2008 del Eurobarómetro *'Encuesta sobre las comunicaciones electrónicas en los hogares'* indica que los hogares que sólo tienen acceso a teléfonos móviles están en rápido crecimiento en Europa. Con este instrumento se realizó una encuesta sobre la cobertura de la telefonía móvil en comparación con las líneas fijas en los 27 Estados Miembro de la Unión Europea (UE) (más Croacia y Turquía) durante el periodo de noviembre a diciembre de 2007 y se compararon los resultados con una encuesta anterior de noviembre-diciembre de 2006, (consultar la pág. 32 del informe — http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_293_full_en.pdf). Los hallazgos muestran que casi una cuarta parte de los hogares de los 27 Estados Miembro tienen únicamente telefonía móvil, y muchos países de Europa central y del este tienen una concentración particularmente elevada de hogares que sólo tienen telefonía móvil. En ambos casos, el número de dichos hogares sigue creciendo. La República Checa tiene el índice más elevado de hogares con únicamente telefonía móvil, 64 por ciento, mientras que de los "antiguos" Estados Miembro de la UE, Finlandia tiene el índice más elevado, 61 por ciento. En Italia, el porcentaje de hogares que únicamente tienen telefonía móvil aumentó de 3.3 por ciento en 1998 a 17.1 por ciento en 2005. Además, muchos hogares que sólo tienen líneas fijas no aparecen en el directorio y algunos países (p. ej. el Reino Unido, Italia y Finlandia) también tienen un servicio en el cual la gente puede pedir no ser contactada por empresas (aunque los investigadores sociales pueden negociar el acceso a dichos números en ciertas circunstancias). La cobertura también puede variar por región, y por características sociales y demográficas específicas. Algunos hogares tienen más de un número en la lista, así que están sobre-cubiertos y tienen una mayor probabilidad de aparecer en el muestreo. Se puede considerar la sustitución en los casos de los duplicados.

La exclusión de los hogares que sólo tienen teléfonos móviles en un marco de muestreo es un problema particular en una encuesta de victimización ya que dichos hogares tienden a ser más jóvenes y los jóvenes tienen mayor probabilidad de experimentar la victimización. El marcado aleatorio (RDD, por sus siglas en inglés) evita los problemas de los números que no aparecen en las listas. El RDD también se puede usar para incluir teléfonos móviles, pero a menudo no se hace así debido al aumento en los costos, por la falta de información disponible de las telefónicas sobre los conjuntos de números en uso (para limitar el número de llamadas fallidas), y por la incapacidad de estratificar el muestreo debido a la falta de disponibilidad de información sobre el propietario del número móvil (particularmente en los países con un gran número de suscripciones de prepago no registradas). Otro problema del RDD es la dificultad para establecer la no respuesta, ya que es imposible calcular de manera precisa la elegibilidad si las llamadas no son atendidas. Otro problema aparece en los países que no permiten entrevistas por medio de teléfonos móviles (p. ej. Canadá y Estados Unidos). En Estados Unidos las entrevistas son conducidas por la Oficina del Censo (la agencia que conduce las entrevistas de la Encuesta Nacional de Victimización Delictiva). La Oficina del Censo no realiza entrevistas por medio de teléfonos móviles por una variedad de razones. Primero, la Oficina del Censo no quiere ocasionar gastos por uso del teléfono móvil al encuestado. Y segundo, como las llamadas a teléfonos móviles se conducen en el espectro radioeléctrico "público", su confidencialidad podría estar comprometida.

Adicionalmente, cuando se puedan identificar los números móviles para los efectos del muestreo, se debe tomar en cuenta que la gente se muda, pero mantiene el mismo teléfono móvil. Esto presenta problemas en el caso de las encuestas para ciudades o regiones específicas que buscan contextualizar los hallazgos con respecto a una ubicación. Aunque las compañías de telefonía móvil llevan registros de las direcciones con fines de facturación, las cuales pueden ser utilizadas por los investigadores de la encuesta en algún punto más adelante, en el caso de los países europeos, la posibilidad de ubicar suscriptores de teléfonos móviles está actualmente limitada por dos razones. Primero, la mayoría de los países europeos están dominados por suscripciones a teléfonos móviles prepagados que no necesariamente exigen a los suscriptores dar su dirección. Y segundo, porque las leyes existentes para la protección de los datos únicamente permiten a la policía y a los servicios de inteligencia ubicar a los usuarios de los teléfonos prepagados. Por último, algunas personas podrían tener varios números móviles distintos, aunque sólo usen uno de ellos activamente, mientras que otras pueden usar activamente más de uno.

En el caso de las encuestas telefónicas que recurren a listas, existe poca información disponible sobre las unidades de muestreo. En las encuestas a hogares, los archivos de direcciones generalmente sólo ofrecen el nombre y la dirección, que a veces pueden estar desactualizados o incorrectos. La principal diferencia con el RDD es que la probabilidad del muestreo a un hogar es más elevada usando la lista que el RDD. En ambos casos, se pueden captar las características demográficas sobre los miembros del hogar durante la entrevista. Esto generalmente ocurre al inicio de la entrevista, cuando se verifica la elegibilidad del encuestado.

Muchos países se conforman con las encuestas telefónicas. De hecho, este es el método usado en la Encuesta Internacional de Victimización Delictiva. Sin embargo, algunos han experimentado problemas para obtener un muestreo representativo usando las encuestas telefónicas. Los problemas se ilustran en la encuesta telefónica piloto sobre victimización de Escocia, que se describe con detalle en: Steven Hope, *Scottish Crime and Victimisation Surveys: Calibration Exercise: A Comparison of Survey Methodologies* (informe de investigación para el Ejecutivo escocés, realizado por MORI Scotland, 2005)

Error de cobertura

140. El error de cobertura es la medida en la cual el marco de muestreo no es representativo de la población objetivo. Existen varios lineamientos que son útiles para identificar y manejar el error de cobertura. Primero, los marcos potenciales deben ser sometidos a pruebas en la etapa de planeación, para verificar su idoneidad y calidad. Segundo, la población objetivo debe ser definida con toda la precisión posible para permitir la selección del mejor marco y procedimiento de muestreo (ello es particularmente importante en las encuestas a grupos minoritarios). Tercero, en el caso de los marcos por área, se deben implementar revisiones por mapa para garantizar que en el diseño del muestreo se utilicen áreas geográficas claras y que no estén superpuestas.

141. Cuarto, determinar de qué manera difiere la cobertura provista por el marco de la población objetivo. Averiguar cómo se creó el marco e investigar posibles omisiones. Quinto, esclarecer si hay segmentos de la población que han sido excluidos sistemáticamente del marco de muestreo y explorar maneras para incluirlos, si es posible, así como el posible efecto de su exclusión. Realizar ajustes a los datos o usar datos complementarios de otras fuentes para compensar el error de cobertura del marco. Sexto, identificar los duplicados si se utilizan múltiples marcos. Y finalmente, conducir las entrevistas tan pronto como sea posible, una vez que se haya seleccionado el marco para reducir el efecto de los cambios al mismo.

Otros lineamientos generales para los marcos de muestreo

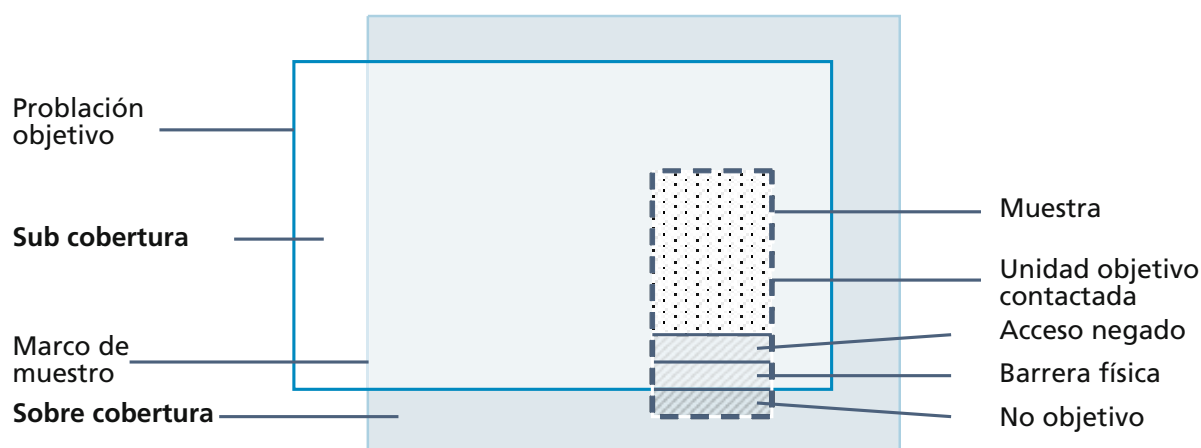
142. Aparte del material antes mencionado, existen varias estrategias que se recomiendan con respecto a los marcos de muestreo. Primero, conservar y almacenar la información sobre el muestreo, la rotación y la recolección de datos para lograr la coordinación entre encuestas y para que las relaciones y la carga impuesta al encuestado sean manejadas de la mejor manera. Segundo, monitorizar la calidad del marco evaluando periódicamente su cobertura y la calidad de la información sobre las características de las unidades. Tercero, incorporar actualizaciones al marco de la manera más puntual posible. Y, por último, incluir descripciones de la población objetivo y la población de la encuesta, cualquier diferencia entre ambas, y la descripción del marco y sus errores de cobertura en la documentación de la encuesta.

G. Diseño del muestreo

143. Existen muchas complejidades involucradas en el diseño de los muestreos de la encuesta. En esta sección se describen los distintos tipos de muestreos de encuesta que pueden ser creados y se discute la teoría y los conceptos básicos con respecto al diseño del muestreo. Se incluye un resumen de los lineamientos para el diseño de muestreos de encuestas. Dado que esta sección únicamente puede ofrecer un panorama básico del tema, al final se incluye una lista de referencias más exhaustivas sobre el diseño de muestreos.

144. El diseño de muestreos es el método usado para seleccionar la muestra en la población objetivo. Seleccionar el diseño de la muestra es el tercer paso en la extracción del muestreo, tras haber determinado la población objetivo y seleccionado el marco de muestreo adecuado, aunque en realidad el desarrollador de la encuesta debe tener en mente un diseño de la muestra al crear el marco de muestreo. Existen varias maneras de seleccionar muestras estadísticamente viables. Por ejemplo, de las 58 encuestas de victimización inventariadas en 2005 por ONUDD-CEE, 11 (19 %) utilizaron muestras probabilísticas simples, mientras que 42 (72 %) usaron algún tipo de muestra estratificada de etapas múltiples.

145. Esta sección ofrece un resumen de los conceptos del diseño de la muestra y pertenece a la muestra inicial que se extrae para representar la población. Ello no debe confundirse con la muestra lograda, o muestra final, que representa a los encuestados que fueron de hecho contactados y enumerados en la encuesta. La Figura 5 desarrolla el ejemplo del marco de muestreo presentado en el párrafo 134. El recuadro con el borde entrecortado representa la muestra inicial, la parte punteada del recuadro representa la muestra lograda. De la muestra lograda (denotada por el reticulado) se excluyen los casos que no pudieron ser contactados por una variedad de razones, por ejemplo, porque nunca estuvieron en casa (denotados como acceso negado), o porque faltó tiempo durante el periodo de enumeración (denotados como barreras físicas) así como los casos en los que fueron contactados pero no entrevistados, por haberse negado o haber estado indispuestos por otro motivo. También se excluyen los casos que pueden haber sido contactados y entrevistados, pero que por cualquier razón, no entran en la población objetivo (p. ej. edad demasiado avanzada, etc.).

Figura 5: Componentes de la muestra


146. Los investigadores de la encuesta deben consultar una discusión mucho más exhaustiva del diseño de la muestra para desarrollar una encuesta de victimización, para poder garantizar que la muestra seleccionada será estadísticamente representativa de la población objetivo. Debe destacarse que la encuesta puede incorporar más de un tipo de diseño de la muestra, por ejemplo, una muestra estratificada de direcciones y una muestra probabilística de teléfonos. Cuando se utiliza dicha técnica, se debe incorporar un medio para garantizar que se evite duplicar a los encuestados para tomar en cuenta la probabilidad de que las unidades de la muestra estén presentes en ambos marcos de muestreo.

147. A grandes rasgos, existen dos tipos de diseños para la muestra: muestreos probabilísticos y muestreos no probabilísticos. Los muestreos probabilísticos, con su propiedad de selección aleatoria y su fundamento en la teoría de la probabilidad, permiten calcular estadísticas de la población con un nivel de confianza conocido. Los muestreos no probabilísticos ofrecen datos que no necesariamente son representativos de toda la población. En el caso de los muestreos probabilísticos, es posible evaluar la validez y relevancia de los cálculos basándose en herramientas de probabilidad, mientras que en el caso de los muestreos no aleatorios, ello no es posible, a pesar del hecho de que se reporte algún tipo de evaluación de los resultados. Un muestreo no probabilístico en teoría podría ser representativo de la población, pero es muy difícil evaluar. Si el objetivo de la encuesta es ofrecer cálculos representativos a algún nivel territorial, se requiere un muestreo probabilístico.

Muestreos probabilísticos

148. La muestra probabilística es aquella basada en un plan de muestreo que tiene como característica que cada elemento de la población tiene una probabilidad conocida, distinta a cero, de ser incluido en la muestra. Para usar el muestreo probabilístico, se necesita una lista, o un marco de muestreo.

149. Al usar los muestreos probabilísticos, la intención es reunir información útil de las unidades de la muestra para permitir inferir estadísticas sobre la población de la encuesta. Los muestreos probabilísticos implican una selección por probabilidades de unidades del marco, de manera que todas las unidades de la población de la encuesta tienen probabilidades conocidas y positivas de inclusión. El tamaño de la muestra se determina de acuerdo a la precisión requerida y el presupuesto disponible para observar las unidades seleccionadas. La distribución probabilística que rige la selección de la muestra, junto con las etapas y las unidades de la muestra, la estratificación, y así en adelante, son en conjunto conocidas como el diseño del muestreo, o de la muestra. Se elige una combinación de diseño del muestreo y método de cálculo (consulte la sección sobre Cálculo) para que los cálculos resultantes logren la mayor precisión posible con el presupuesto existente, o para incurrir en los menores gastos posibles con una precisión fija. La información de las unidades de muestreo recolectada puede, si aplica, ser complementada en la etapa del cálculo, con información auxiliar de otras fuentes ajenas a la encuesta (como registros administrativos y proyecciones del censo), para mejorar la precisión de los cálculos. La selección del diseño de la muestra debe tomar en cuenta la disponibilidad de dicha información auxiliar. Estos conceptos se discuten en Särndal, Swensson y Wretman (1992) y en Tillé (2001).

150. Existen muchas formas de muestreo probabilístico. Muchas de ellas son adecuadas para las encuestas de victimización. Entre éstas están las muestras aleatorias simples, las muestras aleatorias sistemáticas, las muestras en grupo, las muestras estratificadas y las muestras de etapas múltiples.

Muestras aleatorias simples

151. Las muestras aleatorias simples representan el diseño más sencillo y ofrecen estimadores libres de sesgo para las estadísticas de la población. Sin embargo, si la lista de población de donde se extrae la muestra es de gran tamaño, el muestreo aleatorio simple no será práctico y se deben considerar procedimientos de muestreo más sistemáticos.

152. Una muestra aleatoria simple es una muestra de la población en la cual cada elemento de ésta tiene la misma probabilidad de ser seleccionado. Esta probabilidad es n/N — la proporción del tamaño de la muestra (n) y el tamaño de la población (N). Las muestras aleatorias a menudo son generadas usando tablas numéricas aleatorias. Se asignan números aleatorios de 1 a N a la lista de la población y se eligen los números seleccionados de la lista.

$$f = \frac{n}{N} = \frac{\text{sample } n^{\circ} \text{ of units}}{\text{population } n^{\circ} \text{ of units}}$$

153. Las muestras aleatorias simples arrojan estimadores sin sesgo del promedio, el total y la proporción correspondiente de la población. Cerca de una quinta parte de las encuestas identificadas en el inventario 2005 de encuestas de victimización de ONUDD-CEE fueron conducidas usando muestreos probabilísticos simples.

154. Las muestras aleatorias simples generalmente se crean sin reemplazo, es decir, ninguna persona o unidad de muestra es seleccionada más de una vez para ser incluida en la muestra. Una vez que un caso fue seleccionado para la muestra, el siguiente es seleccionado de entre los casos no seleccionados pendientes de la población. La selección sin reemplazo produce muestreos más eficientes. Por ejemplo, el promedio de la muestra de las muestras aleatorias simples es un estimador sin sesgo del promedio de la población, pero las variaciones correspondientes de los cálculos derivados de una muestra sin reemplazo son menores que las de una muestra con reemplazo equivalente a la primera. La variación del estimador está inversamente relacionada con la capacidad de información de dicho estimador; tener una mayor variación implica tener una menor capacidad de información. La mayor parte de la variación de una muestra aleatoria con reemplazo se asocia con el hecho de que una unidad específica puede ser usada en la muestra más de una vez, ofreciendo siempre la misma información sin nada adicional. Así que el evitar usar unidades repetidas en la muestra arroja mejor información, es decir, cálculos con menores variaciones.

155. En la teoría de la probabilidad, cuando se selecciona una muestra con reemplazo, la probabilidad de selección de cada unidad permanece constante. En los muestreos sin reemplazo, la probabilidad de selección de cada unidad subsiguiente cambia a medida que se selecciona cada caso de la muestra. La probabilidad de selección en la muestra aumenta a medida que disminuye la fracción de muestreo. Cuando se considera una población infinita (o una similar), ambos diseños de la muestra son equivalentes.

Muestreo aleatorio sistemático

156. El muestreo aleatorio sistemático es una técnica usada para extraer una muestra aleatoria y a menudo es más conveniente y viable que el muestreo aleatorio simple. Este enfoque es útil cuando existe una lista de elementos, cuando la muestra es de gran tamaño o cuando las listas de unidades de muestreo ya están agrupadas en sub-grupos o clases. En comparación con las muestras aleatorias simples, este método es más sencillo, ahorra tiempo y dinero y además arroja cálculos precisos.

157. Existen muchos sistemas para crear una muestra aleatoria sistemática. Uno es el siguiente: Si la población es designada como unidades N y la muestra deseada de unidades n , a cada unidad que esté dentro de la población puede asignársele un número entre 1 y N . El intervalo de muestreo entonces puede calcularse como $\text{int}(N/n)$ y puede ser llamado K . El punto de inicio, k , puede ser seleccionado aleatoriamente entre el primer intervalo de muestreo. Luego se selecciona la muestra a partir de la unidad k y después seleccionando cada unidad múltiplo de K para que sea incluida en la muestra. Es muy importante tener cuidado en no introducir un sesgo, por ejemplo, usando un paso de muestreo que esté relacionado de alguna manera con algunas características particulares de las unidades que sean relevantes al problema que está siendo estudiado. El muestreo sistemático es casi idéntico al muestreo aleatorio simple si la lista de población es aleatoria.

158. En el caso de las encuestas a gran escala, como las encuestas nacionales de victimización, las muestras aleatorias simples podrían no ser opciones viables. Pueden ser más costosas que otros métodos de muestreo, especialmente si las unidades están dispersas o si son difíciles de rastrear debido a migraciones, matrimonios, etc. Además, podrían no ser viables de no haber listas completas del marco de muestreo. En el caso de las encuestas telefónicas, la cuestión de la dispersión geográfica podría no ser tan importante.

159. Otros tipos de muestreo probabilístico que se discuten más adelante, incluyendo las muestras en grupo, muestras estratificadas y las muestras de etapas múltiples ofrecen ahorros, y pueden ser menos costosas de enumerar.

Muestras en grupo

160. Cuando se dificulta reunir una lista completa de elementos de la población objetivo, o cuando la población está dispersa geográficamente, el reunir los elementos en sub-poblaciones, llamadas grupos (clusters), y hacer muestreos dentro de estos grupos es una manera eficiente de extraer una muestra. De no ser disponible la lista completa de elementos de la población, los grupos pueden ser substituidos. Una desventaja de este método de muestreo es la pérdida de precisión en los resultados, ya que cada grupo se caracteriza por un error de muestreo. En general, el error total aumenta a medida que aumenta el número de grupos.

161. Los grupos suelen ser definidos por límites geográficos, los cuales también pueden incluir categorías sociales particulares. La principal premisa en el muestreo en grupos es que debería existir una similitud de un grupo a otro y que debe haber heterogeneidad dentro de cada grupo. En este diseño, se extraen muestras de los grupos y también se pueden extraer los elementos que están dentro de cada grupo. El muestreo en grupo simple de una etapa es aquel en el que los elementos son reunidos en grupos que son elegidos por muestreo aleatorio simple. Todas las unidades listadas de cada grupo escogido son seleccionadas en la muestra.

162. En los casos en los que los artículos de los grupos tienden a ser similares, una mejor opción podría ser tener más grupos de muestra y menos mediciones dentro de los grupos. El muestreo en grupo simple de dos etapas es aquel en el cual se seleccionan grupos en una primera etapa por muestreo aleatorio simple y las unidades listadas que están dentro de cada grupo son también seleccionadas por muestreo aleatorio simple. La fracción de muestreo es la misma en cada grupo de muestra. Existen métodos de muestreo en grupo más complejos que involucran etapas múltiples y distintos métodos de estratificación. El muestreo en grupos puede ser eficiente y más barato, pero puede arrojar errores estándar más elevados. Mientras que la muestra aleatoria simple está sujeta a un solo error de muestreo, una muestra en grupo de dos etapas está sujeta a dos errores de muestreo.

163. En los casos en los que los límites geográficos también implican características particulares distintas en las poblaciones que contienen, se debe prestar especial atención para garantizar que la muestra de cada área sea representativa. En este caso, la técnica de entrevista telefónica puede ser una solución razonable, ya que garantiza que se contacte y se cubra cada una de las áreas de interés a un menor costo.

Muestras aleatorias estratificadas

164. Las muestras aleatorias estratificadas combinan la simplicidad del muestreo aleatorio simple con una mayor precisión. Se obtiene una reducción del error de muestreo debido a que las muestras son extraídas de subconjuntos de la población que tienen características homogéneas y relevantes. Las muestras aleatorias estratificadas se derivan de un plan de muestreo en el cual la población se divide en grupos mutuamente excluyentes y minuciosos, llamados estratos, y después se toma una muestra aleatoria simple de cada estrato.

165. La selección de los estratos se determina basándose en el objetivo de la encuesta, las características de distribución de la variable de interés y la precisión deseada para los cálculos. La mayoría de las encuestas se usan para producir cálculos para diversas regiones de interés (p. ej. provincias, condados, etc.). De ser viable, ello debería ser tomado en cuenta en el diseño, estratificando adecuadamente (p. ej. por provincia, condado, etc.). De lo contrario, será necesario considerar métodos especiales en la etapa de cálculo para producir los cálculos de dichas regiones (consulte la sección sobre Cálculo). Para lograr la eficiencia estadística, se deben crear los estratos de manera que cada uno de ellos contenga unidades que sean lo más homogéneas que sea posible con respecto a la información solicitada en la

encuesta. En el caso de las encuestas longitudinales, se deben elegir variables de estratificación que correspondan a las características que son estables a lo largo del tiempo.

166. En el caso de las poblaciones con un alto nivel de desvío, se pueden incluir en la encuesta algunos estratos con certeza. Por ejemplo, en Estados Unidos, algunos condados y ciudades grandes forman sus propios estratos en la Encuesta Nacional sobre Victimización Delictiva de Estados Unidos (US NCVS) y aparecen en la muestra con certeza. Las áreas de gran tamaño incluidas en la muestra con certeza normalmente representarían una parte significativa de los cálculos de los totales de la población. Esto también podría ser el caso en las encuestas sobre delitos contra empresas; particularmente en los condados más pequeños, se pueden seleccionar empresas muy grandes con certeza, ya que excluirlas haría que los resultados no sean representativos de la realidad.

167. Al estratificar sub-regiones de interés especial, se puede administrar la precisión deseada dentro de dichas regiones. Para calcular valores de población como promedio o como proporción, se deben combinar los resultados de los estratos. En las encuestas del inventario 2005 de ONUDD-CEE que utilizaron muestras estratificadas, los estratificadores más usados son las áreas geográficas, los grados de urbanización, y la edad y el género del encuestado.

168. A veces la información necesaria para estratificar la población no está disponible en el marco. En dicho caso, se puede usar un esquema de muestreo de fase doble, en el que se seleccione una muestra de gran tamaño en la primera fase para obtener la información requerida para la estratificación. Posteriormente se estratifica esta primera muestra y en la segunda fase se selecciona una sub-muestra de cada estrato de la primera muestra. La implementación de dicha estrategia de muestreo implica considerar el costo del muestreo a cada fase, la disponibilidad de la información requerida a cada fase, y las mejoras en la precisión obtenidas al estratificar la muestra de la primera fase.

Muestreo de etapas múltiples

169. En el muestreo de etapas múltiples, se seleccionan y sub-seleccionan muestras de la muestra resultante, por etapas. Esta técnica es útil para reducir costos y garantizar una mejor representatividad de la muestra. La primera etapa implica seleccionar grupos (llamados unidades primarias de muestreo o PSU por sus siglas en inglés). Se compila una lista de dichas PSU e incluso tal vez se le estratifica. Posteriormente se selecciona una muestra de dichas unidades. Luego se elabora una lista de las unidades seleccionadas y tal vez se le estratifica. Después se extrae un muestreo de la lista de unidades secundarias de muestreo, etc. Esta técnica de muestreo se usa cuando la lista de elementos de la población está incompleta, ya que reduce el tamaño de la lista al escoger sub-muestras.

170. El muestreo de etapa múltiple es útil, particularmente en el caso de los marcos de área, en situaciones en las que sea difícil, que no sea rentable o sea poco conveniente seleccionar directamente la muestra de la encuesta. En áreas de gran tamaño, por ejemplo, sería muy caro conducir una entrevista cara a cara usando una muestra aleatoria debido a la distancia entre los encuestados seleccionados. El muestreo de etapa múltiple permite el agrupamiento de los encuestados para reducir los costos de enumeración. Las restricciones presupuestales o de otro tipo pueden exigir más de dos etapas. Diseñar una muestra de ese tipo implica determinar cuántas etapas de muestreo se necesitan y cuáles son las unidades de muestreo que son adecuadas en cada etapa. Por cada tipo de unidad posible, se deben tomar decisiones con respecto a la disponibilidad de un marco adecuado de unidades en cada etapa o la posibilidad de crear dicho marco para la encuesta, la facilidad de contacto y de recolección/medición de los datos, la calidad de los datos provistos por la unidad y el costo de la recolección.

171. Cerca de dos terceras partes de las encuestas identificadas en el inventario 2005 de encuestas de victimización de ONUDD-CEE fueron conducidas usando muestreos estratificados de etapas múltiples. Los muestreos estratificados de etapas múltiples también fueron el tipo más común de muestreo usado en una variedad de temas en países en desarrollo y transicionales, de acuerdo con un estudio de 2005 realizado para Naciones Unidas.

172. Una encuesta que utiliza el diseño de muestreo de etapas múltiples es la encuesta italiana sobre victimización conducida por teléfono. Esta encuesta utiliza una muestra estratificada de dos etapas. En la primera, usando una técnica telefónica, se puede hacer que la muestra cubra un área mayor sin aumentar los costos, y se puede controlar la enumeración más fácil y eficientemente. Se identifican grupos de unidades de acuerdo a las características demográficas, pero también considerando definiciones urbanas y metropolitanas particulares; se estratifican, es decir, se clasifican, los grupos con base en las características que se consideran relevantes para el fenómeno de la victimización y se califican de acuerdo a sus características territoriales.

173. En la primera etapa de cada estrato definido, se selecciona aleatoriamente una muestra de hogares usando un diseño de muestra aleatoria sistemática, en el cual los números telefónicos son las unidades que serán seleccionadas, basándose en la lista de números telefónicos. Se seleccionan distintos pasos de muestreo al azar en cada estrato. En esta etapa, se realiza un sobre-muestreo de los números telefónicos para garantizar la posibilidad de sustituir los números que no pertenezcan a la población objetivo hasta que se seleccione un hogar elegible. Se seleccionan las unidades que tengan números cercanos a los de las unidades seleccionadas para garantizar que las reservas sean lo más similares posible a la primera opción en caso de sustitución. Por último, se selecciona un individuo aleatoriamente para ser entrevistado en el hogar elegible.

174. La selección aleatoria se basa en una matriz de selección de l números aleatorios definidos de la siguiente manera: l es la dimensión máxima de los hogares, cada registro de la matriz de selección representa un hogar y cada elemento de la matriz de selección tiene l dígitos. El primer dígito se refiere a los hogares de dos miembros, el segundo a hogares de tres miembros, el *múltiplo de $l+1$* . En el primer dígito, se inserta un número al azar entre 1 y 2, en el segundo un número al azar entre 1, 2 y 3, y así sucesivamente, en el dígito que sea *múltiplo de l* , se inserta un número aleatorio entre los enteros $l+1$ de 1, 2, ..., $l+1$. Al llamar al hogar se pedirá al encuestado que indique el número de miembros del hogar, las principales características demográficas de cada miembro, en el orden provisto por él/ella, comenzando por el encuestado. Entonces se elabora una tabla de miembros elegibles del hogar. El miembro de la tabla que corresponda al número aleatorio del dígito de la matriz de selección que corresponda al tamaño del hogar será el entrevistado. Otra manera de seleccionar a la persona al entrevistar sólo a un miembro del hogar es el método del *primer cumpleaños*, es decir, entrevistar al miembro cuyo cumpleaños sea el siguiente.

Camino aleatorio

175. La técnica del camino aleatorio es un ejemplo de técnica de muestreo que puede ser utilizada cuando no existan listas disponibles para identificar las unidades de muestreo, como en el caso, por ejemplo de listas poco confiables, o incluso listas inexistentes. En esta técnica el entrevistador sigue instrucciones específicas: tomar X calle a la derecha, después la Y casa a la derecha y así. Cuando se utiliza este método se deben crear procedimientos *a priori* para sondear el área para evitar sesgos, por ejemplo, ignorando todas las calles cerradas y los callejones.

Muestreos no probabilísticos

176. El muestreo no probabilístico no puede producir cálculos que sean representativos de la población que está siendo medida, pero puede ser útil, especialmente si es difícil o imposible crear un muestreo aleatorio de la población de interés. Por ejemplo, al estudiar la experiencia de victimización de un grupo muy particular y disperso de gente, como la gente sin hogar o las prostitutas, se recomienda el muestreo no probabilístico. Los métodos de muestreo no probabilístico pueden dividirse a grandes rasgos en dos categorías: intencionales y accidentales/fortuitos/de conveniencia.

Muestreos intencionales

177. El muestreo intencional se hace teniendo en mente un propósito particular. En otras palabras, la investigación debe extraer una muestra de un grupo predefinido, como las mujeres blancas no hispanas de entre 16 y 24 años de edad. Existen varios tipos de muestreos intencionales. Uno que es utilizado normalmente es el muestreo de avalancha (snowball sampling) El muestreo de avalancha inicia con la identificación de una persona que cumpla los criterios para ser incluida en el estudio. Se entrevista a dicha persona y se le pide que identifique otra persona que también cumpla los criterios. Se contacta a dichas personas y (con suerte) se les entrevista, y así sucesivamente. La muestra aumenta de tamaño al igual que una avalancha. Un enfoque relacionado a éste es el muestreo de redes, en el cual se contacta a gente a quien se le pide mencionar a otras personas que conozcan que podrían ser entrevistadas. El muestreo de redes puede realizarse en dos etapas, en la primera etapa se contacta a la gente y se les pide información sobre otros encuestados elegibles que puedan conocer. En ambientes relativamente pequeños, esto puede proseguirse hasta que prácticamente se haya identificado a todas las personas de ese perfil. El muestreo del estudio en sí puede basarse en la lista de encuestados elegibles que fue recogida basándose en la etapa de mapeo de la red. Algunas veces se puede usar el número de veces que se ha otorgado la referencia de una persona para ajustar las probabilidades del muestreo, para que las personas que figuran en las redes de muchas personas no estén sobre-representadas en la muestra. Otro enfoque es el muestreo por ubicación, en el cual se entrevista a personas de lugares escogidos. Ello

puede ser útil para entrevistar poblaciones que son difíciles de contactar, los cuales pueden caracterizarse por el uso de servicios específicos o por visitar ciertos lugares. Por ejemplo, en algunos estudios se ha usado este enfoque para entrevistar migrantes en tiendas, centros de llamadas o estaciones del metro. Se pueden realizar ajustes con base en factores como el número de veces que los encuestados dicen que visitan el sitio de la entrevista, o la hora del día, con la intención de reducir el sesgo en la selección. Para ver más detalles, consulte la sección sobre muestreo de grupos minoritarios y otros grupos de población especial más adelante.

178. El muestreo por cuota es otro enfoque. El muestreo por cuota especifica la proporción de la muestra que tiene ciertas características particulares. Los entrevistadores interrogan encuestados que tengan ciertas características particulares hasta alcanzar su cuota en esa categoría. El muestreo por cuota puede ser proporcional o no proporcional. El muestreo por cuota es una herramienta valiosa al implementar una encuesta piloto sobre victimización en campo. Por ejemplo, este método fue usado en Italia para evaluar la redacción y el desempeño del cuestionario con distintos grupos de edad de la población objetivo. Sin embargo, normalmente no es un método adecuado para crear una muestra representativa para la encuesta final, la cual requiere un diseño de muestreo probabilístico.

RECUADRO 9: EJEMPLO DEL USO DE LA TÉCNICA DEL CAMINO ALEATORIO EN POLONIA

La encuesta polaca sobre victimización de 2004 utilizó el muestreo de camino aleatorio para reunir su muestra, al igual que las EU-MIDIS de la mayoría de los Estados Miembro de la UE. En dicho ejercicio, la muestra se basó en una lista de regiones y distritos, y no requirió direcciones personales. La muestra nacional polaca fue seleccionada en etapas múltiples. El marco de muestreo se basó en información creada por la Oficina Estadística Central y cubrió el conjunto más actualizado de regiones estadísticas y distritos del censo.

En la primera etapa del muestreo, se designaron unidades de muestreo de primera etapa (FSU, por sus siglas en inglés). Polonia fue dividida en unidades de muestreo en las cuales se contabilizaron las ciudades y las áreas rurales. Las ciudades fueron divididas en unidades de censo llamadas grupos de censo (*census clusters*, CC) y las áreas rurales fueron contabilizadas usando distritos de enumeración (ED). Se hizo la premisa básica de que las unidades de muestreo de primera etapa (FSU) deberían estar compuestas por un mínimo de cinco viviendas. En algunos casos, esta premisa resultó ser demasiado restrictiva y las unidades de muestreo originales no incluyeron cinco viviendas. Por lo tanto, en algunas ciudades, se reunieron dos o más grupos “originales” de las ciudades y en las áreas rurales los distritos que contenían menos de cinco viviendas fueron mezclados con sus vecinos, para que el distrito conjunto de enumeración estuviera compuesto por un mínimo de cinco viviendas.

Posteriormente se clasificaron los FSU por estrato. Los estratos se relacionaban con el tamaño de la localidad (p. ej. aldea — hasta 20.000 habitantes; pueblo — 20.001 a 100.000 habitantes; ciudad — 100.001 a 500.000 habitantes; ciudad grande — más de 500.000 habitantes) o con una ciudad/pueblo del *voivodship* (unidad administrativa de Polonia).

Para comenzar el muestreo de camino aleatorio, se tuvieron que designar puntos de arranque. Éstos fueron seleccionados usando el muestreo aleatorio de etapa múltiple de hogares. Los entrevistadores tenían instrucciones estrictas sobre cómo avanzar del punto de arranque hacia el encuestado objetivo. No se permitió a los entrevistadores realizar entrevistas en el punto de arranque sino hasta el primer (o el segundo o el siguiente) hogar escogido siguiendo las reglas especificadas (por ejemplo: la quinta dirección — vivienda a la derecha del punto de arranque). De acuerdo con las reglas del marco de muestreo, sólo se podía realizar una entrevista en cada dirección. En caso de dificultades (dirección errada, nadie en casa, rechazo de antemano, rechazo del encuestado seleccionado, imposibilidad de entrevistar al encuestado, etc.), el/la entrevistador prosigue su ruta (siguiendo el dígito adscrito) hacia el siguiente hogar, siempre y cuando haya tenido éxito en la realización de la entrevista. Dichos dígitos se especifican de la siguiente manera: cinco para las áreas urbanas y tres para las áreas rurales (aldeas).

Después de seleccionar el hogar por medio del camino aleatorio, se debe seleccionar un encuestado dentro de dicho hogar para entrevistarlo. En el caso de la encuesta polaca sobre victimización, se seleccionó un encuestado dentro de cada hogar para la entrevista. El muestreo dentro de cada hogar se realizó usando números aleatorios de acuerdo a la rejilla Lesley Kish.⁷ Este paso fue realizado por el entrevistador. Fue tarea del entrevistador enumerar todos los miembros de los hogares que fueran elegibles (p. ej. que tuvieran una edad mínima de 18 años) en una tabla especial en un orden particular: del varón de mayor edad a la mujer de menor edad. Luego, usando la tabla de dígitos aleatorios, se identificaba el encuestado que sería entrevistado. Si la persona seleccionada no estaba disponible o se negaba, no se permitía al entrevistador entrevistar a ningún otro miembro del hogar.⁸ En lugar de ello, se instruyó al representante de campo que hiciera una cita con el encuestado que no estaba disponible. Si el encuestado seleccionado se rehusaba, se continuaba el camino aleatorio hacia el siguiente hogar.

7 La rejilla Kish (tabla de dígitos aleatorios) está compuesta por una combinación de dígitos, que es única o casi única en cada hogar. Éstos son generados por medio de un proceso aleatorio (existen más de 3.5 millones de combinaciones posibles), que garantizan la selección aleatoria del encuestado. Este proceso se realiza con cada muestra (proyecto) independientemente. Los números seleccionados al azar son colocados en rejillas y cada rejilla es asignada a la dirección inicial específica y entregada a los encuestados.

8 Consultar: Nemeth, R. 'Respondent selection within the household — A modification of the Kish grid' <http://www.math.uni-klu.ac.at/stat/Tagungen/Ossiach/Nemeth.pdf>.

179. Un tercer enfoque intencional es el muestreo por expertos. En este enfoque, el investigador reúne una muestra de personas que tengan una experiencia conocida o demostrable en el tema de interés. En el caso de las encuestas de victimización, el investigador puede reunir investigadores sobre victimización o metodólogos de la investigación. Este enfoque es útil en la fase de desarrollo de la implementación de una encuesta de victimización en el campo, y puede ser útil para evaluar iniciativas o políticas particulares junto con los resultados de una encuesta de victimización totalmente aleatoria.

180. Cuarto, el muestreo heterogéneo es otro tipo de muestreo intencional. Este enfoque intencional considera a las ideas, no la gente, como el principal interés del estudio. Por ende, para incluir la mayor cantidad y diversidad de ideas relevantes que sea posible, se crea una muestra de un rango amplio y diverso de participantes. El muestreo heterogéneo es valioso en la fase de desarrollo de la implementación de una encuesta de victimización en campo.

181. Y, por último, otro tipo de muestreo intencional es llamado muestreo de caso modal. Este enfoque implica la identificación del caso más frecuente o más 'típico', clasificado por algunas variables elegidas arbitrariamente y relacionadas con el fenómeno que está siendo estudiado.

Muestras accidentales/fortuitas/de conveniencia.

182. La segunda categoría, a grandes rasgos, de muestras no probabilísticas son conocidas como muestras accidentales, fortuitas o de conveniencia. Éstas se desarrollan entrevistando a cualquier persona que esté dispuesta a ser entrevistada. Un ejemplo de una muestra de conveniencia sería dar un número telefónico para que la gente llame a contar su experiencia con la victimización. Las muestras de conveniencia son a menudo utilizadas en las encuestas por Internet, que permiten que cualquier persona que visite una página web responda un cuestionario. Estas muestras no son útiles para producir cálculos representativos porque únicamente representan a la gente que eligió participar en la encuesta. A menos que las personas que eligieron participar no difieran de manera significativa para los objetivos de la encuesta de aquellos que eligieron no participar, la información reunida no puede generalizarse con respecto a la población general.

Diseños transversales vs. longitudinales

183. Una decisión importante al diseñar una encuesta de victimización basada en una muestra probabilística se relaciona con la dimensión temporal. Se puede elegir realizar una encuesta transversal sobre victimización. Este tipo de estudio es una encuesta de una sola ocasión en la cual se recogen datos en un solo punto temporal. Una segunda opción es el estudio longitudinal. Los estudios longitudinales recogen datos a lo largo de un lapso extenso. Existen tres tipos de estudios longitudinales: estudios de tendencias, estudios de cohorte y estudios de panel. Los estudios de tendencias examinan algunos fenómenos de la población general a lo largo del tiempo. Un ejemplo son los registros policiales. Estos datos revelan las tendencias delictivas a lo largo del tiempo. El estudio de cohorte también examina un artículo de interés a lo largo del tiempo, pero se enfoca en una población más específica, como los egresados universitarios observados en distintos períodos. Se podría, por ejemplo, tener la intención de investigar los cambios en el miedo al delito de los egresados universitarios. El tercer tipo de estudio longitudinal es un estudio de panel. Este tipo de estudio reúne información sobre exactamente el mismo conjunto de personas a lo largo del tiempo. Es decir, se entrevista a los mismos encuestados a lo largo del tiempo. Con el diseño de panel, las bajas y el desgaste de la muestra son una inquietud a considerar.

184. La Encuesta Nacional sobre Victimización Delictiva de Estados Unidos utiliza un diseño de panel rotatorio. La muestra es una muestra de direcciones seleccionadas usando un diseño estratificado de etapas múltiples. Los hogares seleccionados para la encuesta permanecen en la muestra durante tres años y se les entrevista siete veces en intervalos semestrales. Se realizan entrevistas a todos los miembros del hogar de 12 años en adelante. Las personas que se mudan no reciben seguimiento; la encuesta se basa en las direcciones y se entrevista a quien esté residiendo en cada dirección durante cada periodo de enumeración.

Teoría de muestreo

185. La teoría de muestreo ofrece maneras de individualizar el método de selección de la muestra para materializar los objetivos de la encuesta. La teoría del muestreo probabilístico se basa en un proceso de selección aleatoria. La selección aleatoria reduce el sesgo y se basa en la teoría de la probabilidad. A medida que se extraen muestras múltiples de la población, se puede considerar una distribución del muestreo. Si las muestras son independientes y aleatorias, los parámetros de la muestra muy probablemente se distribuirán en torno a los parámetros correspondientes de la población. El cálculo resultante

puede evaluarse con la teoría de la probabilidad y se basará en un estimador de puntos o un estimador de intervalos.

186. El propósito de la investigación es aprender algo sobre cierta población. Por ejemplo, la investigación puede estar interesada en comprender el grado de victimización de la población. Dado que no es posible recoger información de cada elemento, o persona, de la población, la investigación extrae una muestra. Usando esta muestra se calculan las estadísticas. Las estadísticas de la muestra se usan para calcular los valores de la población desconocida, también llamados parámetros de la población. Los parámetros de la población incluyen valores como el promedio, el total, las proporciones, los coeficientes y los porcentajes.

187. Los métodos de muestreo probabilístico rara vez producen estadísticas a partir de las muestras que equivalgan exactamente a los parámetros de población que buscan calcular. La teoría de la probabilidad ofrece un cálculo del error que debe esperarse en un cierto diseño. Existen dos tipos de error en el muestreo: sesgo y variación.

188. El sesgo en el muestreo es la medida en la cual la muestra no representa exactamente la población objetivo. Si algunos miembros de la población no tienen oportunidad o tienen una oportunidad reducida de ser seleccionados para la muestra, las estadísticas resultantes serán una representación sesgada de la población porque se pueden haber excluido algunos miembros. Ello ocurriría, por ejemplo, si en una encuesta de victimización se usara una lista de números telefónicos como marco de muestreo. La gente que no tiene teléfono no tendría oportunidad de ser seleccionada en la encuesta y, por ende, cualquier cálculo sobre el delito producido por la encuesta estaría sesgado en la medida en que difiera la experiencia con el delito de la gente que no tiene teléfonos de la de la gente que sí tiene. El sesgo se define en términos de diferencia entre el valor esperado del estimador y el valor real en la población del parámetro que el estimador debe calcular.

189. La variación en el muestreo es la desviación en los cálculos que surgiría de la selección de distintas muestras en el mismo marco de muestreo. Cada muestra tendría su propio conjunto de cálculos. La teoría del muestreo dicta que los cálculos de cada muestra tengan una distribución con un promedio y una desviación estándar. Si la variación en el muestreo es baja, la muestra estará cerca del verdadero promedio de la población. Si la variación en el muestreo es elevada, el promedio de la muestra estará relativamente alejado del de la población.

190. El diseño de la muestra influye en el error de muestreo de la encuesta. El efecto del diseño está relacionado con la variación del estimador en los diseños de muestra complejos, comparada con la variación correspondiente si se utilizara un diseño de muestra aleatorio. La proporción entre ambas variaciones se llama efecto del diseño o *deff*. Para decidir qué tamaño de muestra se necesita para garantizar la relevancia de los cálculos, se puede utilizar el *deff* como multiplicador del tamaño de la muestra que se necesita en una muestra aleatoria simple. Los atributos de muestreo, como el agrupamiento y la estratificación pueden contribuir a los efectos del diseño. Las muestras estratificadas y agrupadas generalmente tienen efectos de diseño mayores a 1, lo cual quiere decir que las variaciones de los estimadores agrupados o estratificados serán mayores que los que corresponden a una muestra aleatoria simple de igual tamaño.

Muestreo de grupos minoritarios y otros grupos de población especial.

191. Si se desea realizar un muestreo en grupos minoritarios, como las minorías étnicas y la gente que tiene un historial de migración, generalmente no serviría una encuesta para la población general. A menos de que la encuesta para la población general sea enorme (o que el grupo minoritario sea un porcentaje considerable de la población), la muestra incluirá muy pocos representantes de las minorías deseadas si se usa el muestreo aleatorio estándar, lo cual no permitiría un desglose relevante de los resultados por perfil minoritario. En lugar de ello, las encuestas que estén interesadas en las minorías tienen que incorporar una muestra reforzada del grupo o grupos en los cuales está interesada como parte de la encuesta a la población mayoritaria, o se tiene que considerar el desarrollo de una encuesta dedicada a las minorías. Estas opciones exigen el uso de marcos de muestreo alternativos, ya que las minorías tienden a no estar distribuidas homogéneamente entre la población. Sin embargo, muchos países no cuentan con datos de la población local de los cuales se pueden extraer fácilmente muestras aleatorias de las minorías, o ni siquiera datos sobre la población que incluyan información sobre su perfil minoritario.

192. Cuando se intenta desarrollar una muestra aleatoria de las minorías, existe una variedad de opciones que exigen un marco de muestreo de etapa múltiple. La primera etapa filtra aleatoriamente los hogares/personas para identificar si corresponden a los grupos definidos para los fines de la encuesta,

mientras que la segunda etapa selecciona personas para que participen en la encuesta.

193. Se puede usar el marcado aleatorio (RDD) para identificar a las minorías, marcando números telefónicos aleatoriamente para una encuesta CATI o una encuesta CAPI o PAPI de seguimiento. Los sistemas computarizados de administración de llamadas pueden identificar los números inactivos o los números de fax, haciendo que sea posible repetir las llamadas, relativamente baratas, a los números activos. Sin embargo, al igual que en el caso de las encuestas a jóvenes, el uso de filtros de líneas fijas es cada vez más problemático debido al elevado uso de la telefonía móvil y la baja cobertura de la telefonía fija entre los grupos minoritarios. Además, los listados de números móviles no están disponibles en todos los países y, cuando lo están, no pueden ser usados para ubicar a los encuestados geográficamente (p. ej. para la estratificación de la muestra).

194. Una segunda opción es el muestreo de ruta aleatoria o de camino aleatorio. El método de camino aleatorio puede ser usado cuando no se tiene mucha información sobre la minoría o sobre el grupo de población especial del que se extraerá la muestra. Sin embargo, exige por lo menos datos a nivel local sobre la distribución geográfica a grandes rasgos de los grupos minoritarios. Conociendo el porcentaje de grupos minoritarios de las distintas áreas, se puede calcular la cantidad de entrevistas en cada área, y subdividirla en grupos para realizar un número predeterminado de entrevistas. Después se seleccionan los grupos al azar para el muestreo, extrayendo rutas aleatorias estandarizadas para la selección de los hogares en un punto central o identificado aleatoriamente de un asentamiento. Si se identifica un hogar como correspondiente a un grupo minoritario para ser encuestado en un filtro inicial con el primer miembro del hogar contactado, se pueden usar procedimientos de selección aleatoria estandarizada (como el último cumpleaños) para identificar a los posibles encuestados que serán entrevistados.

195. Una tercera posibilidad es el uso de enumeración enfocada. En este método se pide a los encuestados que pertenecen a una población mayoritaria o minoritaria, que identifiquen si sus vecinos, los que viven a cierto número de casas a los lados o por encima o por debajo de ellos (en el caso de los apartamentos), son parte de una minoría. De ser así, los entrevistadores llaman a los vecinos identificados, los someten a filtros para confirmar que pertenecen al grupo a entrevistar y se les pregunta si desean participar en la encuesta. Este enfoque puede ser combinado con una encuesta a la población mayoritaria como medio para reforzar la muestra minoritaria.

196. Una cuarta opción para contactar minorías 'difíciles de incluir en una muestra' o poco comunes es usar listas de nombres, como los directorios telefónicos, para seleccionar personas cuyo nombre refiera a una población minoritaria. Sin embargo, este método tiene limitaciones considerables. La primera es que muchos grupos minoritarios podrían no tener apellidos distintos al resto de la población. La segunda es que las mujeres de un perfil minoritario que se hayan casado con hombres de un perfil mayoritario no pueden ser identificadas usando dichas listas. Y, por último, las mujeres de un perfil mayoritario que adquieran por matrimonio un apellido minoritario serán identificadas por error.

197. Un quinto método para identificar minorías 'difíciles de incluir en una muestra' o poco comunes es a través del muestreo por red. Una vez que se hayan identificado miembros de un grupo minoritario por medios como listas de nombre, se recibe de ellos información sobre otros posibles encuestados que estén vinculados a su hogar de alguna manera, como amigos o parientes. Se puede extraer una muestra aleatoria de personas identificadas como parte de la red. En áreas pequeñas, este enfoque puede buscar identificar a casi todos los miembros del grupo objetivo antes de extraer la muestra. El muestreo por avalancha es una variación de este enfoque, en él los miembros de un grupo minoritario remiten los investigadores a otras personas de la minoría, quienes pueden ser parte de una red, o no. Sin embargo, las implicaciones de este método no probabilístico es que los resultados no puedan ser generalizados como representativos de la población objetivo.

198. Sexto, se puede utilizar la vinculación institucional como medio para ubicar minorías 'difíciles de incluir en una muestra' o poco comunes. Esta opción sugiere a los investigadores contactar instituciones que tengan vínculos con grupos minoritarios, como instituciones de caridad, organizaciones no gubernamentales y comunitarias, y pedirles que elaboren una lista de contactos. Las agencias estadísticas también podrían tener acceso a los registros de las agencias gubernamentales responsables del pago de subsidios o apoyo financiero a ciertos grupos p. ej. por discapacidad. Sin embargo, al igual que con el muestreo por red, este enfoque tiene sus desventajas, porque los miembros de los grupos minoritarios que no estén afiliados de alguna manera a la comunidad minoritaria, ya sea por grupos comunitarios o vínculos familiares, no estarán representados en ninguna muestra que se extraiga por medio de la afiliación a grupos, y por lo tanto los resultados de dichas encuestas podrían correr el riesgo de no ser representativos.

RECUADRO 10: CASO ESTUDIADO: MUESTREO DE GRUPOS MINORITARIOS

Se tiene que tomar en cuenta una variedad de consideraciones cuando se conducen investigaciones para encuestas sobre grupos minoritarios de la población. La primera es la definición del grupo minoritario de interés que se requiere. La designación de dichos grupos dependerá en gran medida del historial de migración y su reconocimiento como 'minoría' en cada país. En general, los grupos minoritarios se definen por origen étnico, estatus o historial migratorio, raza, discapacidades o creencias.

Una vez identificado el grupo minoritario de interés, se requiere una definición clara para determinar quién debe ser incluido en el grupo. Es importante reconocer que la forma en que las personas se auto definen puede ser muy distinta de la manera en que los funcionarios gubernamentales o investigadores las definen. En el caso de algunos grupos como las minorías raciales o étnicas, la experiencia sugiere que la auto-identificación de los encuestados es el método preferible. Sin embargo, para otros grupos la auto-identificación no resulta práctica. Por ejemplo, las personas varían mucho al definirse a sí mismos como migrantes o como discapacitados. En casos así, el investigador tiene que implementar criterios básicos de exclusión para definir a las personas de dichos grupos. Por ejemplo, entre los criterios para los migrantes se puede limitar a los encuestados que sean residentes legales y que hayan estado en el país por cierto periodo mínimo. O podría ser que los criterios para las personas discapacitadas exijan que su discapacidad tenga ciertas características (p. ej. ser permanente).

Al decidir a qué grupos minoritarios encuestar, se debe prestar atención a las restricciones y la disponibilidad de los datos de población de dichos grupos. Se debe tomar en cuenta la disponibilidad de dicha información en el desarrollo de los marcos de muestreo y la subsiguiente aplicación de ponderadores sobre la población de la encuesta. Cuando se recoge información sobre el estatus de minoría una persona, a menudo suele estar protegido por leyes para que las listas de nombres/o direcciones no estén disponibles.

Los datos de la población que incluyen 'origen étnico' y 'raza' son ampliamente usados y generalmente aceptados en los países angloparlantes. En comparación, la recolección de datos que distinga a la gente de acuerdo a su 'origen étnico' o 'raza' es considerada una práctica discriminatoria en algunos países. En otros países, dicha práctica está prohibida. Incluso, en algunos países el estatus legal de 'minoría nacional' se concede a algunos grupos, pero no a otros, lo cual afecta la recolección de datos sobre la población. Aun así, dadas esas diferencias, muchos países sí recogen los datos de la población con respecto al país de nacimiento de la persona o sus padres. Y generalmente muchos países registran la nacionalidad o ciudadanía de la población residente, la cual puede ser usada para identificar grupos de población para encuestarlos. Dicha información puede ser usada como dato referencial de los grupos minoritarios 'difíciles de incluir en la muestra' a falta de datos, por ejemplo, sobre su origen étnico.

En la Unión Europea (UE), las encuestas dedicadas a las minorías étnicas y la población migrante son limitadas. Esta situación refleja una variedad de factores, incluyendo el hecho de que las poblaciones minoritarias grandes son un fenómeno relativamente nuevo en muchos países europeos. Tradicionalmente, muchos países europeos han sido puntos de origen de la migración. Un segundo factor asociado con la limitación de las encuestas a las minorías étnicas y la población migrante es que la investigación sobre minorías para encuestas no ha recibido prominencia de parte de las autoridades que elaboran las políticas y otorgan el financiamiento. Entre los Estados Miembro de la UE, la encuesta británica sobre el delito (BCS) es actualmente el mejor ejemplo de una encuesta a gran escala entre la población mayoritaria que incluye una muestra de refuerzo de encuestados de minorías étnicas. Sin embargo, la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (FRA) ha allanado cierto camino en la investigación sobre minorías para encuestas. La FRA condujo una investigación para una encuesta piloto para víctimas en seis Estados Miembro a finales de 2006 e inicios de 2007, con el fin de poner a prueba distintos enfoques de muestreo probabilístico con minorías étnicas y grupos de migrantes escogidos en países donde los datos poblacionales de las minorías suelen estar limitados. Se tiene previsto que los resultados del ejercicio de la encuesta piloto de la FRA ayuden a la Agencia a desarrollar un instrumento para una encuesta a gran escala para investigar las experiencias de los migrantes y otras minorías con la discriminación y la victimización en los Estados Miembro de la UE.

En consideración tanto de la población mayoritaria y minoritaria de las cuales se elaborará la muestra, una vez que se acuerde la cobertura se puede planear un método(s) adecuado para seleccionar la muestra. Además existen requisitos que corresponden a las muestras de gran tamaño de grupos relevantes con respecto a su identificación en el análisis y posiblemente arreglos especiales para las entrevistas; por ejemplo, en el caso de las encuestas a grupos minoritarios puede existir la necesidad de traducir el cuestionario original a distintos idiomas y ofrecer entrevistadores bilingües, incluyendo la provisión de entrevistadores minoritarios del mismo perfil étnico de los grupos encuestados.

199. Y por último, se puede ubicar a las minorías 'difíciles de incluir en una muestra' o poco comunes por medio de muestreo de centros. Este método extrae la muestra de los visitantes a sitios usados frecuentemente por el grupo minoritario de interés. Estos sitios pueden ser tiendas, cabinas de Internet/ acceso telefónico y parques locales. Como método puede ser usado en conjunto con los datos disponibles de la población local y puede aportar la representación de ciertas personas de cierto grupo en lugares específicos en momentos particulares. Posteriormente se puede calcular un 'índice de popularidad' para el diseño de las ponderaciones de la muestra. Pero, una vez más, igual que sucede con algunos de los enfoques antes descritos, este método no llegará a aquellos miembros de los grupos minoritarios que no visiten los sitios donde otros miembros del grupo tienden a congregarse.

200. Aunque los métodos anteriores fueron descritos con respecto al ejemplo particular de las minorías

étnicas y la población migrante, en muchos casos pueden ser transferidos a las investigaciones de otros grupos que sean ‘difíciles de incluir en una muestra’, como los discapacitados y la comunidad gay y lesbiana. Además, existen otros métodos de investigación para encuestas que se utilizan con cada vez más frecuencia, como las encuestas Web, que pueden ser adecuadas para realizar muestreos de poblaciones poco comunes; aunque los medios para controlar ‘quién’ responde a las encuestas en línea están muy poco desarrollados y por lo tanto existe el riesgo, una vez más, de que dichas muestras no sean auténticamente representativas.

Consideraciones sobre el tamaño de la muestra

201. Las encuestas de victimización difieren de muchas otras encuestas en cuanto a que sólo una fracción de la muestra global posee las características de interés. En otras palabras, sólo un porcentaje de la muestra habrá sido víctima del delito medido durante el periodo de referencia de la encuesta. Por esta razón, el tamaño de las muestras sobre victimización debe ser bastante grande para materializar los objetivos de la encuesta. Qué tan grande será la muestra necesaria para una encuesta depende primordialmente de la precisión que se desea en los cálculos de la encuesta y el tiempo y los recursos monetarios disponibles para ella. Dentro de estas inquietudes globales existe una variedad de cuestiones que deben ser abordadas antes de que se pueda determinar el tamaño de la muestra de la encuesta. Existen muchas cuestiones que determinan el tamaño que se desea para la muestra.

Metas de la encuesta

202. Para calcular el tamaño de la muestra requerida para la encuesta es necesario comprender sus metas y saber qué mediciones producirá. Las encuestas que miden actitudes requieren muestras relativamente pequeñas porque se asume, que todos los encuestados pueden ofrecer una respuesta. Se requieren muestras más grandes para posibilitar las mediciones de la victimización delictiva porque las victimizaciones son eventos relativamente inusuales y menos gente podrá ofrecer la información. La peculiaridad del evento afecta el tamaño de la muestra requerida. Se requieren muestras más grandes para medir la violación que para medir el crimen violento a nivel global. También se requieren muestras más grandes para ofrecer cálculos de las sub-poblaciones. La necesidad de ofrecer información sobre las características de las víctimas del delito o los incidentes delictivos también pueden aumentar el tamaño de la muestra requerida para la encuesta.

203. Existen otros objetivos comunes de las encuestas de victimización que afectan el tamaño de la muestra requerida. Las encuestas diseñadas para medir los cambios anuales en el delito requieren muestras más grandes que las que examinan las características de los eventos delictivos.

Recursos disponibles

204. A final de cuentas, el monto de dinero disponible para la encuesta rige la determinación del tamaño de la muestra. Si se cuenta con fondos insuficientes, se tendrán que alterar las metas o las metodologías de muestreo. Por lo general, el tamaño de la muestra es un punto medio entre lo que el diseñador de la encuesta desea lograr y lo que el nivel de financiamiento disponible puede respaldar.

Diseño de la muestra

205. Como se discutió anteriormente, el diseño de la muestra afecta la precisión de los cálculos. Las muestras estratificadas de etapas múltiples tienen mayores variaciones que las muestras aleatorias simples, y por ende requieren muestras más grandes para lograr la misma precisión en los cálculos.

Precisión deseada en los cálculos

206. ¿Qué nivel de precisión se desea en los cálculos primarios que producirá la encuesta? Por ejemplo, si un objetivo primario de la encuesta es medir los cambios anuales en el índice de delitos violentos, se debe tomar una decisión con respecto al grado de cambio en el índice de delitos violentos que será aceptado como cambio real.

Tasa de respuesta prevista

207. Si se espera una tasa de respuesta elevada, la muestra inicial puede ser menor que si se espera una tasa de respuesta baja, y aun así lograr el mismo número de entrevistas realizadas. El índice de respuesta prevista puede calcularse con una variedad de técnicas, incluyendo pruebas piloto, experiencias anteriores, o la experiencia de otras encuestas similares.

Tasa de victimización prevista

208. Esta es una cuestión fundamental en las encuestas de victimización. Si la meta es medir tipos

específicos de delito con un cierto nivel de precisión, se requerirán más casos de muestra que si la meta es medir las categorías del delito en conjunto. De igual manera, se requiere una muestra más grande para producir un cálculo confiable de un crimen menos común, como la violación, que para producir un cálculo del robo con el mismo nivel de precisión estadística.

209. La longitud del periodo de referencia afecta el tamaño de la muestra. Entre más corto sea el periodo de referencia, más grande será la muestra requerida para obtener el suficiente número de casos para producir un cálculo confiable de cualquier delito o característica de la población.

Cálculos de sub-poblaciones

210. Será importante examinar las experiencias de las sub-poblaciones como las minorías o los encuestados por género o por edad, u otras características, dichas sub-poblaciones deben ser contabilizadas en la evaluación del tamaño de la muestra requerida. Puede ser posible realizar un muestreo excesivo de las sub-poblaciones de interés para reducir los costos globales y aun así materializar las metas de la encuesta.

Resultados de variables clave

211. Tal como sucede con los cálculos sobre sub-poblaciones, es importante tener cálculos de algunas variables clave y éstas deben ser contabilizadas en la evaluación del tamaño de la muestra requerida. Por ejemplo, una de las metas de una encuesta sobre la violencia contra las mujeres que puede ser evaluar es el uso de servicios para las víctimas. Los desarrolladores deben determinar cuántos casos pueden esperar obtener para calcular el número global de casos de muestra requeridos para la encuesta.

212. El desarrollador de la encuesta debe evaluar lo que se sacrifica y se gana al conducir entrevistas largas (para maximizar la información recogida por la encuesta) y el posible impacto que tendrían los cuestionarios de mayor tamaño sobre los costos y el tamaño de la muestra. Los cuestionarios largos pueden afectar la disposición de los encuestados a participar, disminuyendo las tasas de respuesta. Además, las entrevistas largas aumentan los costos de la encuesta, y de esta manera reducen potencialmente los fondos disponibles para el uso de una muestra más grande en el campo.

Pérdida de muestra prevista en las encuestas de panel

213. La pérdida o desgaste de la muestra es la pérdida de encuestados que se efectúa en las vueltas posteriores de una encuesta de panel o encuesta longitudinal. Algunos encuestados que participen en las primeras vueltas de la encuesta podrían no estar dispuestos o no tener la posibilidad de participar en las encuestas subsiguientes. Por ende el responsable por el desarrollo de la encuesta debe calcular si las vueltas posteriores tendrán suficientes casos de muestra para que el panel continúe y posiblemente agregará casos a las vueltas iniciales para prever la pérdida de muestra.

214. Al calcular el tamaño de la muestra deseada de cada una de las sub-poblaciones, tipos de delito y otras variables importantes, el diseñador de la encuesta puede descubrir que el tamaño de la muestra puede no ser respaldado por los recursos financieros, o de otro tipo, que están disponibles. En dicho caso, el diseñador debe evaluar si es conveniente disminuir el tamaño de la muestra, lo cual reduciría la precisión o si modifica las metas de la encuesta. Al final, los diseñadores de encuestas deben comprender que el tamaño final de la muestra será adecuado para algunos cálculos, pero insuficiente para producir cálculos confiables de todas las sub-poblaciones o tipos de delito. Por ejemplo, en Estados Unidos, cuando se producen cálculos anuales sobre la victimización por raza de la víctima, los datos pueden permitir que se hagan cálculos sobre las víctimas blancas o negras, pero no sobre las víctimas asiáticas o amerindias. En el caso de las víctimas asiáticas o amerindias, los datos deben ser combinados y aparecer en una categoría conjunta “asiáticos o amerindios”.

Sobre-muestreo

215. A menudo es necesario producir cálculos de las sub-poblaciones que representan proporciones muy pequeñas de la muestra global. En muchos casos, el número de casos de muestra de la sub-población será inadecuado para producir cálculos con la precisión deseada. Una solución es realizar un sobre-muestreo de la sub-población, usando una fracción de muestreo más grande para seleccionar los casos para la muestra.

216. Si se recurre al sobre-muestreo, el investigador debe contabilizar la mayor probabilidad de que se incluyan algunas porciones de la población en la muestra ajustando los ponderadores para realizar cálculos representativos de la población total.

Selección de unidades de muestreo

217. Las muestras usadas en las encuestas de victimización están compuestas por hogares o personas. Cuando la muestra está compuesta por una muestra de hogares, se tienen que tomar decisiones adicionales con respecto a quién será entrevistado en el hogar. Una opción es entrevistar a todos los miembros del hogar. Una segunda opción es entrevistar a todos los miembros del hogar dentro de cierto rango de edad. Un tercer enfoque es entrevistar a los miembros del hogar que tengan características demográficas específicas, como las mujeres. Y, por último, se puede tomar la decisión de entrevistar a una persona del hogar, únicamente.

218. Cada una de estas opciones tiene ventajas y desventajas. Entrevistar a todas las personas del hogar (o a todas las personas de cierto rango de edad) provee tanto mediciones del delito a nivel de hogar como a nivel personal. Por ejemplo, los delitos como el robo en hogares y el robo de vehículos afectan a todas las personas del hogar, y por lo tanto, pueden ser útiles para comprender la manera en que afectan al hogar en conjunto. Más aún, la persona seleccionada para la muestra podría no estar al tanto de dichos delitos, mientras que otro miembro del hogar podría responder mejor sobre los eventos que afectan a todo el hogar.

219. Entrevistar a una persona sobre las experiencias de victimización de todos los miembros del hogar puede contribuir a generar un error ajeno al muestreo, ya que las personas podrían no estar al tanto de las experiencias de otros miembros del hogar y pueden filtrar información o no saber qué experiencias de victimización se han tenido. La investigación conducida para el desarrollo de la Encuesta Nacional Sobre Victimización Delictiva descubrió que entrevistar a todo el hogar produce tasas de victimización más elevadas que entrevistar a una persona por hogar. Esto aplica en el caso de los delitos contra el hogar en general, como el robo domiciliario y a los delitos contra otros miembros del hogar.

220. Sin embargo, intentar entrevistar a todas las personas del hogar (o a todas las personas de cierto rango de edad) puede ser muy costoso. La necesidad de conducir múltiples entrevistas de seguimiento para los miembros adicionales del hogar es costosa, y el aumento en la falta de respuestas asociado con los miembros adicionales del hogar aumenta el índice de no respuesta global de la encuesta, que es la suma de las tasas de no respuesta por hogar e individuales. Además cuando se entrevista a múltiples miembros del hogar es necesario no duplicar eventos que pueden ser reportados por dos personas. Por ejemplo, dos personas pueden informar que unos ladrones entraron a la casa y se robaron algunos artículos. El protocolo de la encuesta debe incluir algún procedimiento para evaluar y comparar la información para determinar si los dos eventos son el mismo o son distintos.

RECUADRO 11: SELECCIÓN DEL ENCUESTADO EN LAS ENCUESTAS ANTERIORES PARA VÍCTIMAS

De las 58 encuestas del inventario de ONUDD-CEE, en 39 encuestas (67 %) la muestra estaba compuesta por hogares y en 19 encuestas (33 %) por personas. El tipo de encuesta parece influir en el procedimiento de selección de los encuestados en cierta medida: en el caso de las encuestas de victimización *ad hoc*, las muestras compuestas por hogares parecen ser la práctica prevaleciente (75 % de las encuestas), mientras que en el caso de las encuestas multipropósito con un módulo sobre victimización sólo en 58 % de las encuestas se basó la muestra en hogares.

De las 39 encuestas con muestras de hogares, en 26 encuestas (66 %) sólo se entrevistó a una persona en cada hogar. La persona fue seleccionada aleatoriamente en 14 encuestas, mientras que en 12 de ellas se utilizó el método del cumpleaños (es decir, la persona cuyo cumpleaños fuera el siguiente o el anterior). En siete encuestas se entrevistó a todos los miembros del hogar, generalmente con una edad mínima entre 14 y 16, mientras que en cuatro encuestas hubo un límite al número de miembros del hogar que se entrevistó.

221. Si la encuesta involucra entrevistas personales, entrevistar a más de un miembro del hogar puede arrojar ahorros por los costos relacionados con el traslado hacia la dirección y desde ahí. Sin embargo, si se requieren visitas múltiples para realizar las entrevistas de los miembros adicionales del hogar, los costos de la encuesta pueden aumentar drásticamente.

222. Entrevistar a una persona por hogar evita la duplicación de la información provista por más de un encuestado, y también elimina la necesidad de realizar tentativas de seguimiento para obtener entrevistas con los miembros restantes del hogar. Una pre-prueba conducida en Italia descubrió que a pesar de la incapacidad de obtener información sobre la victimización de todos los miembros del hogar, entrevistar a una sola persona arroja cálculos más precisos sobre la victimización.

223. Las encuestas que se enfocan en las minorías — refiriéndose a las minorías étnicas y los migrantes — a menudo enfrentan el problema de que no existen buenos marcos de muestreo disponibles. Por lo

tanto, puede ser necesario añadir al proceso de filtro de elegibilidad los puntos necesarios para identificar encuestados minoritarios. En algunos casos puede ser posible seleccionar a los encuestados basándose en una sola pregunta (p. ej. las personas que migraron al país en cierto periodo), pero a menudo suelen ser necesarias más preguntas. La Tabla 2 describe algunas variables que se utilizan a menudo para identificar a los encuestados minoritarios (ya sea como parte del filtro o seleccionándolo en una muestra basada en una lista).

Tabla 2: Factores utilizados comúnmente para filtrar encuestados minoritarios, y su alcance:

Ciudadanía	Es probable que las personas que migraron recientemente al país todavía tengan la ciudadanía de su país de origen, pero a medida que pasan los años, más y más de ellos solicitan la nueva ciudadanía. Dependiendo del país, los hijos de los migrantes que hayan nacido en el país pueden recibir automáticamente la ciudadanía.
Idioma	Puede ser posible identificar a los migrantes recientes basándose en su lengua materna (asumiendo que sea distinta a la del país de destino), pero esto no es siempre aplicable con los migrantes de segunda generación.
País de nacimiento	El país de nacimiento del encuestado no revela un perfil minoritario más allá de la primera generación. Como alternativa se puede usar el país de nacimiento de los padres, pero esto únicamente ayuda en el caso de los migrantes de segunda generación.
Auto-declaración/Identificación	Se usa actualmente al recoger información sobre el origen étnico en muchos censos (en los países en los que se puede recaudar legalmente la información sobre el origen étnico). Sin embargo, la identidad de los encuestados puede cambiar a lo largo del tiempo, y algunos de ellos pueden no estar dispuestos a identificarse con un grupo determinado por miedo a la estigmatización y un tratamiento desigual (por ejemplo, en el caso de las poblaciones Roma de Europa).

Manejo de los errores de la encuesta asociados con el diseño de la muestra

224. Como se discutió anteriormente, el sesgo y la variación son dos tipos de errores en el muestreo. El sesgo en el muestreo se genera cuando algunos miembros del marco de muestreo tienen pocas o ningunas posibilidades de ser seleccionados en la muestra. Si cierta sub-población es omitida por completo del marco de muestreo, no se podrán hacer ajustes para producir un cálculo sobre ellos. Los cálculos globales estarían sesgados en la medida en que difiera la población omitida, en las variables de interés, de la población global. En dichos casos, es responsabilidad del desarrollador de la encuesta reconocer la existencia del posible sesgo al presentar los resultados de la encuesta.

225. Sin embargo, si una sub-población está sub-representada en el marco de muestreo, puede ser posible aplicar ponderadores a los casos de la muestra para compensar la desigualdad de la representación en la muestra. Los ponderadores se usan en el proceso de cálculo y en la valoración de los errores estándar de los cálculos de la encuesta.

226. La variación en el muestreo está asociada con las encuestas de muestra, más que con los censos. Queda fuera del alcance de esta sección ofrecer una discusión detallada de la variación en el muestreo. Existen muchos textos que pueden instruir sobre el impacto que tienen distintos tipos de diseños de muestra en la variación del muestreo. El diseñador de la encuesta debe comprender los efectos del diseño para que pueda ser tomado en cuenta durante la etapa de análisis.

Resumen de los lineamientos para el diseño de muestreos de encuestas

227. El diseño de las muestras es una parte integral de las encuestas. Para que los resultados de la encuesta sean representaciones generalizables de la población de interés, la muestra debe estar diseñada de forma que represente la población de manera precisa. A continuación se resumen los lineamientos generales para el diseño de los muestreos de las encuestas:

- Las muestras pueden ser probabilísticas y no probabilísticas. Las muestras probabilísticas pueden producir cálculos representativos de la población. Las muestras no probabilísticas no pueden producir cálculos representativos, pero pueden ser útiles en ciertas condiciones;
- Las muestras pueden ser estratificadas para lograr una eficiencia estadística dividiendo la población en subconjuntos (llamados estratos) dentro de cada uno de los cuales se selecciona una muestra independiente;
- Al determinar el tamaño de la muestra, tomar en cuenta los niveles de precisión requeridos para los cálculos de la encuesta, el tipo de diseño de muestra y el estimador que será usado, la disponibili-

dad de información auxiliar, las restricciones presupuestales, así como los factores del muestreo (p. ej. agrupamiento, estratificación) y los factores ajenos al muestreo (p. ej. no respuesta, presencia de unidades fuera del alcance, el desgaste en las encuestas longitudinales). En el caso de las encuestas periódicas, también se deben tomar en cuenta los nacimientos y muertes previstos dentro de la población cambiante de la encuesta;

- Es importante recordar que la mayoría de las encuestas producen cálculos de muchas variables diferentes y el optimizar la muestra para una variable particular puede tener efectos adversos sobre las demás variables importantes. Se debe manejar este problema primero identificando las variables más importantes y usando este subconjunto de variables para determinar la estrategia de muestreo que será adoptada, lo cual a menudo requiere un compromiso entre las estrategias óptimas para las variables del subconjunto;
- Al determinar la asignación y el tamaño de las muestras estratificadas, se deben contabilizar las tasas previstas de clasificación errónea de las unidades, al igual que otras deficiencias del marco. Si no se considera adecuadamente en la etapa de muestreo, los cálculos de la encuesta no serán tan precisos como se planeó. Este problema puede abordarse en la etapa de cálculo;
- Conducir estudios para evaluar alternativas en cuanto a los métodos de muestreo, las opciones de estratificación y las posibilidades de asignación. La utilidad de dichos estudios depende de la disponibilidad y edad de los datos usados para conducir los estudios, ya sea de censos, encuestas o datos administrativos anteriores, así como su relación con las variables de importancia para la encuesta;
- En la etapa de la implementación, comparar el tamaño y las características de la muestra real con la prevista. Comparar la precisión de los cálculos y los objetivos planeados;
- En el caso de las encuestas periódicas que utilizan diseños en los cuales el tamaño de la muestra crece a medida que aumenta la población, suele ser apropiado desarrollar un método para mantener estables el tamaño de la muestra y por ende los costos de recolección. La precisión de los cálculos de las encuestas suele verse más afectada por el tamaño total de la muestra que por la fracción de muestreo (la proporción del tamaño de la muestra con respecto al tamaño de la población);
- En el caso de las encuestas periódicas, hacer el diseño tan flexible como sea posible para manejar los cambios futuros, como los aumentos o reducciones al tamaño de la muestra, la repetición de la estratificación, el muestreo y la actualización de las probabilidades de selección. Si se requieren cálculos de los dominios de interés especificados (p. ej. cálculos sub-provinciales), formar los estratos combinando pequeñas unidades estables relacionadas con los dominios identificados (p. ej. pequeñas áreas geográficas), si es posible. Así sería más fácil dar lugar a los cambios futuros en las definiciones de los estratos;
- En el caso de las encuestas periódicas, si se requieren cálculos eficientes de los cambios o si se tiene la inquietud de la carga impuesta al encuestado, usar un esquema de muestreo rotatorio que reemplaza parte de la muestra en cada periodo. La elección del índice de rotación será un compromiso entre la precisión requerida en los cálculos del cambio, y la carga de respuesta de las unidades de reporte. Reducir el índice de rotación aumenta la precisión de los cálculos del cambio, pero puede reducir el índice de respuesta a lo largo del tiempo. Una tasa de rotación baja tiene el beneficio adicional de reducir los costos si el primer contacto es sustancialmente más costoso que los siguientes (p. ej. al hacer el primer contacto en persona, y las entrevistas posteriores por teléfono o usando cuestionarios postales);
- En el caso de las encuestas periódicas, desarrollar procedimientos para monitorizar la calidad del diseño de la muestra a lo largo del tiempo. Establecer una estrategia de actualización para el rediseño selectivo de los estratos que se hayan visto gravemente deteriorados;
- En el caso de las encuestas longitudinales de panel, determinar la extensión del panel (su duración temporal en la muestra) equilibrando la necesidad de datos duraderos vs. el desgaste y los efectos condicionantes; usar un diseño con paneles sobrepuestos (es decir, lapsos temporales que se entrecruzan) cuando exista la necesidad de producir cálculos transversales junto con los longitudinales;
- Usar software generalizado de selección de muestras en vez de sistemas personalizados. Un sistema de este tipo es el Sistema de Muestreo Generalizado (GSAM, por sus siglas en inglés) desarrollado por Statistics Canada. El GSAM es especialmente útil para administrar la selección y rotación de las muestras para las encuestas periódicas. Otra opción es el software MICROSTRATE desarrollado por Eurostat para controlar la superposición de muestras. Al usar sistemas generalizados, se pueden esperar menos errores de programación y cierta reducción de los costos y el tiempo de desarrollo.

H. Frecuencia de la enumeración

228. Existe una relación entre la frecuencia de la enumeración, las metas de la encuesta y los recursos disponibles. La determinación de la frecuencia de enumeración depende del tipo de datos requeridos, la puntualidad requerida para los productos, los recursos disponibles para respaldar la encuesta y el efecto que dichas decisiones puedan tener sobre la capacidad de los encuestados de proveer datos precisos. Realizar encuestas con mayor frecuencia tiene la ventaja de ofrecer información puntual y pertinente a los autores de políticas, particularmente al establecer si el nivel delictivo está aumentando o disminuyendo en el caso de ciertos delitos particulares.

Encuestas irregulares

229. A veces se conducen encuestas irregulares una sola vez como respuesta a la necesidad de recolectar información sobre una política específica o sobre otra necesidad específica de los usuarios en un momento dado. A menudo se proveen fondos únicos en una ocasión para recaudar dicha información. En otras circunstancias, dichas encuestas pueden repetirse a intervalos irregulares. Ello puede ocurrir con intervalos de varios años, arrojando series intermitentes. Alternativamente, las encuestas irregulares podrían servir como medios para expandir recolecciones de datos regulares y frecuentes por medio de una investigación más profunda sobre un tema en particular. Las encuestas irregulares pueden servir, por ejemplo, para complementar cifras generales sobre la prevalencia de personas que experimentan hurtos domiciliarios. Se puede conducir una encuesta irregular detallada para averiguar información adicional sobre las medidas de seguridad tomadas antes o después, las características del incidente, los daños y pérdidas materiales, y su efecto sobre la sensación de seguridad y las actividades de rutina.

Encuestas periódicas

230. En algunos casos puede ser conveniente reunir los datos de la encuesta para establecer una serie temporal, pero puede que no sea necesario o práctico recolectar dichos datos cada año. En esas situaciones, se puede presentar la estrategia de una encuesta periódica, en la cual se conducen encuestas a intervalos fijos, por ejemplo cada dos, tres o cinco años. Esta puede ser una manera eficiente de equilibrar las necesidades de los usuarios con recursos más restringidos. Además, las encuestas periódicas pueden darle a las sub-poblaciones sobre-muestreadas la oportunidad de ‘descansar’ del ciclo de la encuesta y manejar la carga sobre el encuestado. Si los periodos entre las encuestas se mantienen de manera consistente, dicha estrategia puede ser una manera efectiva de crear una serie temporal regular para que sea usada por los clientes como referencia confiable o como datos evaluativos.

Encuestas anuales

231. Las encuestas anuales, como su nombre sugiere, se conducen cada año. La mayor ventaja de las encuestas que se conducen anualmente es que generalmente hay un alto grado de relevancia en los datos al ser publicados, ya que los datos son recogidos y difundidos de manera regular y puntual. Estas encuestas son muy convenientes para la recolección de indicadores titulares y de la información requerida por los gobiernos y otras agencias como indicadores del desempeño y para procesos de evaluación. Estas encuestas se utilizan para mostrar las tendencias y pueden ser usadas para calibrar las estadísticas policíacas ‘oficiales’ recogidas por medio de los datos administrativos. Ello puede ser particularmente valioso si se incluyen puntos de datos ‘reportados a la policía’. Dada la enumeración, procesamiento y generación de productos regulares que requieren dichas encuestas, suelen ser bastante costosas. Debido a su costo, que es más elevado, la cantidad de detalles que pueden ser recogidos y el número de temas o puntos que pueden cubrirse podría ser restringido para ahorrar recursos. Este es un ejemplo de los sacrificios requeridos entre puntualidad, recursos y el cumplimiento de las necesidades de información del cliente.

Encuestas continuas

232. Estas encuestas se conocen como encuestas constantes, de panel rodante o de panel rotatorio. Como sugieren esos nombres, estas encuestas se hallan constantemente en el campo, recolectando datos de los encuestados, los cuales posteriormente se procesan y son integrados periódicamente basándose en un periodo de referencia específico para que sean analizados y difundidos. Dichas encuestas tienen la ventaja de que tienden a suavizar las variaciones por temporadas, ya que pueden cubrir un periodo completo de 12 meses. También implican el uso de un menor número de gente para realizar las entrevistas a lo largo de un periodo más prolongado, lo cual puede ser útil al manejar las cargas de trabajo y los recursos. Sin embargo, dicho enfoque, por las mismas razones, exige un uso constante de los

recursos, lo cual puede no resultar práctico para algunas organizaciones. El diseño rotatorio también tiene el beneficio de prestarse para la 'centralización' de datos a lo largo del tiempo para acumular una muestra de mayor tamaño y posiblemente reducir el nivel de errores estándar. Sin embargo, esto puede complicarse al realizar el análisis usando los datos, ya que el periodo de referencia puede enredarse. Como ejemplo, si se recoge la partida 'experiencias de asaltos en los últimos 12 meses' continuamente durante tres años y dichos datos se centralizan para crear un total, los usuarios pueden confundirse, ya que los 'últimos 12 meses' pueden referirse a cualquier grupo de 12 meses en esos tres años.

Otras consideraciones sobre la frecuencia

233. Se deben considerar una variedad de factores estacionales que pueden afectar la enumeración de las encuestas. Por ejemplo, ¿cuál es la disponibilidad de la gente para responder encuestas durante el pico de los feriados? Otro factor adicional específico de las encuestas de victimización delictiva es la correlación establecida entre un mayor número de incidentes de violencia familiar, los robos domiciliarios y los feriados o festividades nacionales. Además, se ha descubierto que los meses más cálidos están correlacionados con mayores niveles delictivos. Si se usa un periodo de recordación corto, es posible que los resultados se vean afectados si uno de esos periodos estacionales es el único incluido. Generalmente se puede esperar que un marco temporal más prolongado suavice el impacto de estos efectos.

234. Existen consideraciones más específicas con respecto al periodo de recordación, como la longitud del periodo de referencia que se cubrirá en la encuesta de victimización delictiva. La determinación del periodo de referencia que la encuesta debe cubrir debe basarse, en parte en las necesidades de los usuarios a los que está dirigida. Por ejemplo, ¿están interesados los usuarios en las experiencias de victimización delictiva de los últimos seis meses, 12 meses, cinco años, 15 años o en la victimización a lo largo de toda la vida? Los distintos periodos de referencia tienen distintas ventajas y desventajas, además de una variedad de implicaciones con respecto a la calidad de la memoria del encuestado.

235. Existe una variedad de problemas que pueden surgir si el periodo de referencia es demasiado largo, y generalmente se relacionan con la dificultad que tendrán los encuestados en recordar con precisión. Se espera que con el tiempo la memoria decaiga, y si se maneja un periodo de referencia largo, se tiene que prever este factor en el análisis de los datos. El traslado temporal (telescoping) es otro problema que surge, en el cual los encuestados tienen dificultades para ubicar los eventos con precisión dentro del periodo de referencia adecuado. El traslado futuro (forward telescoping) se refiere a eventos que se trasladan hacia adelante en la mente del encuestado y parecen más recientes de lo que son en realidad, mientras que el traslado retroactivo (backward telescoping) es cuando los eventos se recuerdan como más lejanos de lo que en realidad son. Como resultado, algunos eventos que deben ser incluidos podrían ser excluidos, y algunos eventos que deben ser excluidos podrían ser incluidos. En la mayoría de las encuestas internacionales, 12 meses se consideran periodo de referencia promedio aceptable.

236. Se tiene que equilibrar la frecuencia de enumeración y el marco temporal dentro del cual los usuarios requieren los datos con la practicidad de recolectar los datos con dicha frecuencia, además del posible efecto que dicho periodo de referencia pueda tener sobre los datos arrojados.

I. Referencias

- Archer, D. (1995). Maintenance of business registers. In *Business Survey Methods*, B.G. Cox et al (eds.), Wiley-Interscience, New York, 85-100.
- Babbie, E. (1990). *Survey Research Methods*, Wadsworth, Inc.
- Backstrom, C.H. and Hursh-Cesar, G. (1981). *Survey Research*, Macmillan Publishing Company.
- Bankier, M.D. (1986). Estimators based on several stratified samples with applications to multiple frame surveys. *Journal of the American Statistical Association*, 81, 1074-1079.
- Bethel, J. (1989). Sample allocation in multivariate surveys. *Survey Methodology*, 15, 47-57.
- Burgess, R.D. (1988). Evaluation of reverse record check estimates of under-coverage in the Canadian Census of Population. *Survey Methodology*, 14, 137-156.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*, John Wiley & Sons.
- Colledge, M.J. (1995). Frames and business registers: an overview. In *Business Survey Methods*, B.G. Cox et al (eds.), Wiley-Interscience, New York, 21-47.

- European Commission (2008) Special Eurobarometer 293/Wave 68.2 *E-Communications Household Survey*, Brussels: DG Communication.
- Gambino, J.G., Singh, M.P., Dufour, J., Kennedy, B. and Lindeyer, J. (1998). *Methodology of the Canadian Labor Force Survey*. Statistics Canada, Catalogue No. 71-526.
- Gosselin, J.-F., Chinnappa, B.N., Ghangurde, P.D. and Tourigny, J. (1978). Coverage. Section 2 in *A Compendium of Methods of Error Evaluation in Censuses and Surveys*, Statistics Canada Catalogue no 13-564E, 7-9.
- Groenewold, G. and Bilborrow R. (2004), *Design of samples for international migration surveys: methodological considerations, practical constraints and lessons learned from a multi-country study in Africa and Europe*, Paper for Session 160 'New Strategies in Demographic Measurement', given at the Population Association of America 2004 General Conference, 1-3 April 2004, Boston.
- Groves, R.M., Fowler, F.J., Couper, M.P., Lepkowski, J.M., Singer, E. and Tourangeau, R. (2004). *Survey Methodology*, John Wiley & Sons.
- Hartley, H.O. (1962). *Multiple frame surveys*. Proceedings of the Social Statistics Section, American Statistical Association, 203-206.
- Hidiroglou, M.A. and Srinath, K.P. (1993). Problems associated with designing sub annual business surveys. *Journal of Economic Statistics*, 11, 397-405.
- Hidiroglou, M.A., (1994). *Sampling and estimation for establishment surveys: stumbling blocks and progress*. Proceedings of the Section on Survey Research Methods, American Statistical Association, 153-162.
- Hope, S. (2005). *Scottish Crime and Victimization Survey; Calibration exercise: a comparison of survey methodologies* Research report for The Scottish Executive. MORI Scotland.
- Kalton, G. and Citro, C.F. (1993). Panel surveys: adding the fourth dimension. *Survey Methodology*, 19, 205-215.
- Kish, L. (1965). *Survey Sampling*. Wiley, New York.
- Kott, P.S. and Vogel, F.A. (1995). Multiple-frame business surveys. In *Business Survey Methods*, B.G. Cox et al (eds.), Wiley-Interscience, New York, 185-203.
- Kovar, J. (2003). *Statistics Canada Quality Guidelines*. Statistics Canada. Internet version: <http://www.statcan.ca/bsolc/english/bsolc?catno=12-539-X>.
- Laniel, N. and Finlay, H. (1991). *Data quality concerns with sub-annual business survey frames*. Proceedings of the Section on Survey Research Methods, American Statistical Association, 202-207.
- Lessler, J.T. and Kalsbeek, W.D. (1992). *Nonsampling Errors in Surveys*. Wiley, New York.
- Massey, J.T. (1988). An overview of telephone coverage. In *Telephone Survey Methodology*, R.M. Groves et al (eds.), Wiley, New York, 3-8.
- Pollock, K.H., Turner, S.C. and Brown, C.A. (1994). Use of capture-recapture techniques to estimate population size and population totals when a complete frame is unavailable. *Survey Methodology*, 20, 117-124.
- Särndal, C.-E., Swensson, B. and Wretman, J. (1992). *Model Assisted Survey Sampling*. Springer-Verlag, New York.
- Satin, A. and Shastry, W. (1993). Elements of a sample plan. Section 2 in *Survey Sampling: A Non-Mathematical Guide — Second Edition*, Statistics Canada Catalogue no 12-602E, 7-10.
- Sirken, M.G. and Casady, R.J. (1988). Sampling variance and nonresponse rates in dual frame, mixed mode surveys. Section 11 in *Telephone Survey Methodology*, P. Biemer, R.M. Groves, L. Lyberg, J. Massey, W. Nicholls and J. Waksberg (eds.), Wiley, New York, 175-188.
- Swain, L., Drew, J.D., Lafrance, B. and Lance, K. (1992). The creation of a residential address register for coverage improvement in the 1991 Canadian Census. *Survey Methodology*, 18, 127-141.
- Tillé, Y. (2001). *Théorie des sondages — Échantillonnage et estimation en populations finies*. Dunod, Paris.
- United Nations (2005). *Household Sample Surveys in Developing and Transition Countries*. Series F, No. 96, Sales number: 05.XVII.6.

CAPÍTULO IV. CONTEO DE DELITOS Y VÍCTIMAS

237. El Capítulo IV del presente Manual examina la manera en la que las encuestas de victimización delictiva podrían realizar el conteo de delitos y víctimas. Considera los conceptos de prevalencia e incidencia y discute las cuestiones de la victimización múltiple y reincidente. Esta sección también ofrece una guía sobre la estructura típica de una encuesta sobre victimización delictiva y examina a profundidad la forma de las preguntas que comúnmente se presentan, incluyendo aquellas relacionadas con el miedo al delito del encuestado, la experiencia del delito doméstico, la experiencia de victimización personal, el reporte de los delitos ante las autoridades y cuestiones actitudinales generales. Esta sección prosigue examinando los modos de encuesta, cubre las entrevistas cara a cara, las entrevistas telefónicas, las entrevistas auto-aplicadas, los cuestionarios por Internet y las entrevistas combinadas. Concluye con una discusión sobre los métodos de captura de datos y los periodos de referencia de las encuestas.

A. Cómo contabilizar los delitos y las víctimas

238. Entre las metas más comúnmente declaradas para la conducción de encuestas de victimización están el producir cálculos sobre la prevalencia e incidencia del delito. Los cálculos de prevalencia incluyen el porcentaje de personas u hogares victimizados por los delitos medidos. Las medidas de incidencia incluyen cálculos del número de delitos y víctimas, así como tasas delictivas, las cuales están basadas en el número de delitos o víctimas por unidad de población.

239. La cuestión de si la muestra debe estar basada en personas u hogares y las ventajas y desventajas de las posibles opciones se discuten en la sección del diseño de la muestra (consulte la sección III.G).

240. La decisión con respecto a los tipos de delito o cálculos de relacionados con las víctimas que producirá la encuesta debe tomarse durante las etapas de diseño del muestreo y de desarrollo del cuestionario del proceso de diseño de la encuesta. Durante la etapa de diseño de la muestra, el desarrollador debe determinar si los cálculos estarán basados en las personas o los hogares, para desarrollar el marco de muestreo adecuado. Durante la etapa de diseño del cuestionario, se debe crear la secuencia de las preguntas para permitir la diferenciación entre los diferentes incidentes delictivos, los diferentes tipos de delito y para contabilizar las víctimas múltiples en los incidentes delictivos.

241. Para muchas de estas decisiones no existe una manera correcta o errónea de proceder. La decisión se convierte en una determinación de cuáles son los cálculos que abordan mejor las metas de la encuesta. Existe una variedad de factores que deben ser considerados al tomar dichas decisiones para evitar que se creen problemas de conteo durante el proceso de análisis. Las siguientes secciones discuten las cuestiones relativas al conteo de delitos y víctimas.

Conteo de delitos

242. El conteo de delitos no es un procedimiento sencillo. Los delitos pueden ser complejos, involucrar víctimas, agresores y agresiones múltiples. Los delitos no necesariamente son eventos discretos, pero pueden volverse evidentes a lo largo de cierto periodo. El contarlos requiere la creación de un conjunto de protocolos para abordar cada uno de los factores convergentes. Las encuestas pueden incorporar una variedad de técnicas para hacerlo.

Mediciones de prevalencia vs. incidencia

243. Como se describe en la introducción de este Manual, una de las principales funciones de las encuestas de victimización es producir cálculos sobre la prevalencia del delito. En el caso de las encuestas de victimización, la prevalencia es el porcentaje de personas u hogares (o en el caso de las encuestas de victimización comercial, empresas) que experimentan uno o más de los delitos medidos durante cierto periodo; casi siempre de un año. Si una persona se viera victimizada múltiples veces, se contarían una única vez en la medición sobre la prevalencia.

244. La incidencia mide el número de delitos ocurridos durante cierto periodo; casi siempre de un año. En el contexto de las encuestas de victimización, la incidencia tiene un significado distinto al que tiene en el contexto médico, en el cual la incidencia es una medición del riesgo de desarrollar un nuevo trastorno dentro de un periodo específico. Con las excepciones que se describen a continuación para el caso de las personas victimizadas en múltiples ocasiones, las medidas sobre la incidencia en las encuestas de victimización cuentan cada vez que una persona haya sido victimizada en la medición. Por ejemplo, si una persona fue víctima de dos asaltos en un año, se le contaría una sola vez en las mediciones sobre la prevalencia, y dos veces en la medición de la incidencia del asalto.

RECUADRO 12: EJEMPLOS MEDICIONES DEL DELITO EN LAS ENCUESTAS DE VICTIMIZACIÓN

(1) Mediciones absolutas del grado delictivo

A. El **número de eventos delictivos** ocurridos durante cierto periodo (p. ej. un año) dentro de una población específica. Por ejemplo:

- El número de violaciones
- El número de robos de vehículos motorizados

B. El **número de víctimas del delito** durante cierto periodo dentro de una población específica. Este puede ser diferente al número absoluto de eventos delictivos dado que algunos delitos involucran más de una víctima. Por ejemplo:

- El número de víctimas de violación
- El número de asaltos

(2) Mediciones de la prevalencia

El **porcentaje o proporción** de la **población especificada** (de personas, hogares o de objetos del delito, como los vehículos motorizados) que experimentaron el delito durante cierto periodo. Cada víctima se cuenta únicamente una vez, independientemente del número de veces que se haya experimentado la victimización en ese tipo de delito. Por ejemplo:

- El porcentaje de mujeres de 18 en adelante que sufrieron violaciones en los últimos cinco años
- El porcentaje de hogares que experimentaron robos en un año
- El porcentaje de vehículos motorizados robados en un año

(3) Mediciones del índice de incidencia

El **índice de casos delictivos** durante un cierto periodo. Las mediciones del índice de incidencia normalmente están enfocadas en eventos y cuentan el número de eventos individuales de victimización delictiva reportados durante el periodo especificado. Por ejemplo:

- El número de violaciones en un año por cada 1.000 personas
- El número de robos en una ciudad en un año por cada 1.000 personas que residan en la ciudad
- El número de robos de vehículos motorizados en un año por cada 1.000 hogares
- El número de robos de vehículos motorizados en un año por cada 1.000 hogares vehículos motorizados

(4) Otras mediciones

Mediciones del índice de victimización

Una medición que se usa en Estados Unidos de América es un conteo de la 'victimización' con respecto a una víctima individual. En el caso de los delitos con múltiples víctimas, se cuenta cada una de ellas en la medición. En el caso de los delitos reiterados, se cuenta cada uno de ellas en la medición. Esta medición difiere de la medición de 'prevalencia' en cuanto a que incluye la victimización múltiple. Por ejemplo:

- El número de victimizaciones por violación en un año por cada 1.000 mujeres
- El número de victimizaciones por robo en un año por cada 1.000 personas
- El número de victimizaciones por agresiones violentas en un año entre las personas de 20 a 24 años de edad

Mediciones de la 'densidad' delictiva

Una medición que se utiliza en la Encuesta Italiana de Seguridad Ciudadana es la de la 'densidad' delictiva. Ésta se define como el número de incidentes de un delito particular dividido entre el número de víctimas del mismo delito durante cierto periodo. Esta medición puede mostrar el nivel de victimización recurrente. Por ejemplo:

- El número de robos a hogares denunciados, dividido entre el número de hogares victimizados

245. Una tercera medición, usada por lo menos en una encuesta de victimización, la Encuesta Nacional Sobre Victimización Delictiva de Estados Unidos, es la 'victimización.' La victimización es la medición de las víctimas-eventos que cuenta cada delito con respecto a cada víctima. Si tres personas resultan victimizadas en un asalto, en la encuesta se le contaría como un incidente de asalto, pero tres victimizaciones por asalto, una por cada víctima. Dado que la encuesta entrevista a cada miembro del hogar, en la encuesta se cuenta cada victimización.

246. La partida de 'densidad' delictiva utilizada en la Encuesta Italiana de Seguridad Ciudadana ofrece una medición del grado de victimización reiterada. Una medición de densidad delictiva de 140, por ejemplo, indica que 40 de cada 100 víctimas sufrieron más de un incidente del tipo de delito particular durante el periodo de referencia. Los resultados de la Encuesta Italiana de Seguridad Ciudadana muestran variaciones interesantes entre los tipos de delito, en las cuales las tasas de victimización reiterada son más elevadas en el caso de los delitos violentos que en el caso de los delitos contra la propiedad.

247. El conteo de delitos no es un procedimiento sencillo. Los delitos pueden ser complejos, involucrar víctimas, agresores y agresiones múltiples. Los delitos no necesariamente son eventos discretos, pero pueden volverse evidentes a lo largo de cierto periodo. El contarlos requiere la creación de un conjunto

de protocolos para abordar cada uno de los factores convergentes. Las encuestas pueden incorporar una variedad de técnicas para hacerlo.

Victimizaciones múltiples y reiteradas

248. La mayoría de las encuestas manejan los delitos penales como eventos discretos, que duran un tiempo relativamente corto y tienen un inicio y un final. Por ejemplo, el asalto comienza con una acción manifiesta de parte del agresor y termina cuando el agresor o la víctima abandona el sitio. Sin embargo, algunos delitos pueden no tener inicio y/o fin discernible y pueden prolongarse por un periodo largo. Algunos criminólogos creen que dichas victimizaciones pueden comprenderse mejor como delitos constantes (consultar Biderman y Lynch). Ciertas formas de violencia de parte de la pareja y de violencia en el lugar de trabajo pueden asumir esta forma, y en ellas las amenazas o ataques periódicos son elementos de un estado constante de victimización.

249. En general es difícil caracterizar dichos delitos recurrentes en las encuestas de victimización, así que algunas encuestas cuentan los distintos ataques y amenazas como incidentes individuales aun cuando son parte de una situación constante; y la mayoría de las encuestas generalmente tienen un tope para limitar el número de incidentes registrados (consultar Recuadro 12). Generalmente se pide a los encuestados que recuerden circunstancias detalladas de cada evento que hayan experimentado durante el periodo de referencia de la encuesta.

250. Algunos encuestados reportan haber sido víctimas de más de una victimización durante el periodo de referencia de la encuesta. Si las victimizaciones no están relacionadas entre sí, se les llama 'victimizaciones múltiples' y si son similares en cuanto a su naturaleza o circunstancias, se les denomina 'victimización reiterada'. Un ejemplo de las victimizaciones múltiples es la persona que haya sido víctima de un asalto y un robo domiciliario durante el periodo de referencia. La persona que haya sido agredida tres veces durante el periodo de referencia por su pareja ha experimentado victimización reiterada.

251. La cuestión de cómo manejar la victimización reiterada o múltiple es problemática, primordialmente en el caso de los cálculos de la incidencia de la victimización, en la cual es importante saber cuántas veces fue victimizada la persona. En menor grado, este problema también se presenta con los cálculos de prevalencia. Estos están basados en la víctima que experimenta un delito por lo menos una vez, mientras que los cálculos de prevalencia de algunos tipos específicos de delito requieren protocolos que puedan diferenciar los distintos tipos de delito de manera precisa.

252. En cierta medida, las victimizaciones múltiples y reiteradas son artificios en la medida en que la cantidad de éstas estén relacionadas con el lapso del periodo de referencia de la encuesta. Una encuesta que tenga un periodo de referencia corto abarcará menores cantidades de este tipo de victimizaciones que una que tenga uno más prolongado. Aunque algunas victimizaciones múltiples o reiteradas pueden ser aleatorias — una persona a la cual le haya tocado experimentar más de un delito durante cierto periodo — gran parte de ellas están relacionadas con el trabajo y estilo de vida de la persona o con su relación con el agresor.

RECUADRO 13: EXAMPLES OF CAPPING

La encuesta británica sobre el delito (BCS), por ejemplo, permite que cada encuestado responda reportes de hasta cinco incidentes. La NCVS de Estados Unidos utiliza un protocolo alternativo para imponer un tope a la victimización reiterada, llamado 'incidentes en serie' que permite al entrevistador llenar un reporte de incidente si el encuestado fue victimizado seis veces o más durante el periodo de referencia de manera similar (p. ej. por el mismo agresor o en la misma manera a grandes rasgos), y el encuestado no puede relatar los detalles de cada incidente.

La Encuesta canadiense sobre victimización (Encuesta social general Ciclo 18) limita el número de reporte de incidentes a 10 por encuestado en cada tipo de delito y hasta un total de 20 por encuestado. Además, la encuesta canadiense también utilizó un protocolo de serie, incorporado al procedimiento de ponderación de la encuesta, que impone un tope de tres casos al número de incidentes similares de la serie.

La encuesta estadounidense y la canadiense difieren en la manera en que abordan la victimización reiterada en cuanto a la producción de cálculos anuales sobre el delito. En la encuesta estadounidense, los 'incidentes en serie' son excluidos del todo de los cálculos anuales publicados, mientras que en los cálculos de la encuesta canadiense, los incidentes de la serie se incluyen hasta un máximo de tres.

253. Mientras que muchas encuestas de victimización han incorporado procedimientos para abordar las situaciones en las cuales las víctimas han sido victimizadas reiteradamente durante el periodo de referencia, dichos procedimientos generalmente han sido desarrollados para reducir el costo de las

entrevistas o la carga impuesta al encuestado, no para producir cálculos de las personas que están sujetas a estados constantes de victimización. Ello se puede lograr de distintas maneras. La mayoría de las encuestas nacionales restringen el número de incidentes sobre los cuales se obtiene información.

254. El imponer topes a los incidentes evidentemente afecta los cálculos que arrojan las encuestas con respecto al número de delitos, al limitar el número de incidentes delictivos individuales que se incluyen en el cálculo total de los delitos. Colocar un límite máximo al número de incidentes reportados o excluir o limitar la inclusión de una serie de incidentes delictivos similares ha sido considerado por algunos como realizar un sub-conteo del grado de victimización delictiva. Sin embargo, se trata de una práctica común aplicada en la mayoría de las encuestas de victimización, que muchos metodólogos de encuestas consideran que ofrece comparaciones y tendencias más consistentes que se ven menos afectadas por anomalías extremas relativamente inusuales. En Estados Unidos, la inclusión de victimizaciones en serie, contando cada serie como una victimización, aumentaría el cálculo de los delitos violentos y de robo alrededor de un seis por ciento. En el Reino Unido, se ha calculado que la encuesta británica sobre el delito (BCS) realiza un sub-conteo del delito de alrededor de 30 por ciento, como resultado de los topes impuestos al número de incidentes que cuenta (Farrell y Pease 2007, pp. 33-54). Sin embargo, la alternativa, no restringir o imponer topes a las victimizaciones reiteradas presenta el problema opuesto, un potencial sobre-conteo del grado de victimización. La gente que experimenta la victimización reiterada puede no ser capaz de contar de manera precisa el número de veces que fueron victimizadas. Más aún, los criminólogos hablan de abordar dichas victimizaciones como condiciones persistentes, y no como eventos discretos (Biderman 1975). También es importante destacar que el impacto de imponer topes recae sobre el cálculo del número total de delitos, no sobre la prevalencia de dicha victimización — y es esta última la que se puede calcular mejor con una encuesta de victimización.

255. Sin embargo, en algunos estudios especializados (como los que examinan la violencia doméstica) puede ser conveniente tratar de contar el número y el índice de incidentes de violencia, y de esta manera intentar capturar cada episodio, en vez de imponer un tope al número de episodios. Sin embargo, también existen problemas con el conteo de las victimizaciones reiteradas. Los datos de la encuesta NCVS de Estados Unidos muestran evidencias de que la gente tiende a redondear los cálculos del número de veces que han sido victimizadas hasta un número que termine con 5 o 10 o que corresponda a una fracción del periodo de referencia, ya sea diaria, semanal o mensual. Además, contar cada incidente individual en el caso de la gente que reporta victimización frecuente puede introducir imprecisiones en la clasificación de estos números elevados de delitos. No es posible obtener información detallada de cada incidente individual de una persona que reporte haber sido victimizada muchas veces durante el periodo de referencia de la encuesta. El intentarlo sería una carga a la paciencia y las capacidades cognitivas del encuestado.

256. Un método para abordar esta cuestión es preguntar cuántas veces experimentó la persona cierto tipo de delito y multiplicar el cálculo por el número de veces que fue victimizada. Este procedimiento asume inherentemente que cada victimización comparte las mismas circunstancias y consecuencias subyacentes que el incidente de victimización del cual se recoge información detallada, una premisa que puede o no ser veraz. Este procedimiento de cálculo puede inflar el número de delitos medidos basándose en información insuficiente o en unos cuantos reportes de incidentes reales. Por ejemplo, cuando el cálculo de las violaciones de la Encuesta Nacional sobre la Violencia contra las Mujeres, una encuesta realizada en Estados Unidos en 1996, fue ponderado contra los niveles de población, una víctima que reportó 24 violaciones durante el año anterior representó 34 por ciento del cálculo global.

257. Si los desarrolladores de la encuesta optan por seleccionar un subconjunto de incidentes para que sean medidos o para obtener información sobre ellos, se debe desarrollar un protocolo para dicha selección. Algunas encuestas utilizan una jerarquía, y sólo obtienen información sobre los incidentes más graves. Otras optan por obtener información sobre los más recientes. Usando el primer protocolo, es decir, obteniendo información sobre las victimizaciones más graves, puede llevar a un cálculo excesivo de la proporción del delito que involucra faltas más graves. En cambio, obtener información sobre los incidentes más recientes puede introducir un sesgo de inmediatez, ya que la gente tiende a recordar las faltas más graves como si fueran más recientes.

258. Hasta la fecha no se ha alcanzado un consenso sobre cómo manejar las victimizaciones múltiples y reiteradas en todas las encuestas de victimización. Los métodos que cada una de las encuestas citadas han usado para abordar el problema han tenido tanto aspectos positivos como negativos. Cada uno de

ellos toma en cuenta los recursos disponibles, la carga impuesta y la meta final de la encuesta. Existen cada vez más documentos publicados sobre la victimización múltiple y reiterada, y sobre el impacto de los distintos métodos para los cálculos de las encuestas. A final de cuentas, siempre y cuando la metodología sea transparente y se haga del conocimiento público, los usuarios de los datos pueden evaluar la metodología y, si así lo desean, calcular mediciones alternativas de la victimización criminal.

Cómo clasificar los tipos de delito

259. Al diseñar el cuestionario de las encuestas de victimización, los desarrolladores deben prestar atención al mapear sus definiciones operativas de delito en las preguntas. Los términos usados en las preguntas que determinan si los encuestados fueron víctimas del delito deben elaborarse de manera que sean comprensibles para los encuestados, y al mismo tiempo definir los delitos de maneras tan cercanas a sus definiciones legales como sea posible. Podría no ser posible realizar un mapeo exacto; por ejemplo, algún estatuto podría tomar en cuenta la intención del agresor para definir una falta; algo que la víctima podría no saber. Sin embargo, el desarrollador debe buscar un sustituto para dicha parte del estatuto. Como ejemplo, muchas leyes de Estados Unidos definen el robo domiciliario como el ingreso ilegal a un edificio con la intención de robar o cometer un delito. Dado que los encuestados podrían no conocer las intenciones del agresor, en la encuesta NCVS de Estados Unidos se modificó esta definición a ‘el ingreso a un departamento, casa u otra estructura propiedad del encuestado de una persona que no tiene el derecho a estar presente en el hogar.’

260. Otra cuestión con respecto a las definiciones del delito que deben ser consideradas al diseñar el cuestionario está asociada con el problema de que los agresores pudieran cometer más de un tipo de delito durante el mismo incidente. Por ejemplo, el agresor puede ingresar ilegalmente a la casa y, al encontrarse dos personas en la casa, agredir al hombre y violar a la mujer. Este es un solo incidente, pero abarca elementos de robo, agresión y violación contra dos personas distintas. La manera en que se contabilice este incidente en la encuesta de victimización puede depender de quien sea entrevistado y de cómo se manejen dichos incidentes.

261. Un método que es utilizado comúnmente es la creación de una jerarquía de gravedad del delito y contar el incidente como el delito más grave. Para permitir la creación de la jerarquía, el cuestionario debe obtener información sobre lo que ocurrió durante el incidente. Luego se utilizan los atributos del incidente para ubicarlo en una jerarquía de acuerdo a los elementos básicos del delito. Por ejemplo, la Encuesta Nacional sobre Victimización Delictiva de Estados Unidos incorpora la siguiente jerarquía, empezando con el delito más grave y terminando con el delito menos grave contra las personas, y continuando con el delito más grave contra el hogar en conjunto:

- Violación/agresión sexual;
- Asalto;
- Agresión agravada;
- Agresión simple;
- Robo de cartera/carterismo;
- Robos domiciliarios;
- Robos de vehículos motorizados;
- Robo.

262. Si algún incidente incorpora elementos de más de un delito, se le categoriza como el delito más elevado de la jerarquía. De esta manera, en los ejemplos antes provistos la encuesta NCVS categoriza como violación el incidente en el que la víctima sufrió un robo durante una violación. El robo domiciliario en el que la víctima fue atacada sería categorizado como asalto. Al obtener información sobre lo que ocurrió durante el incidente, se mantiene la capacidad de producir categorizaciones alternativas de los delitos para examinar sus distintos atributos, por ejemplo, cuántas violaciones involucran además un asalto, o qué proporción de los robos domiciliarios involucran lesiones a las víctimas. Si se capturan todos los elementos del incidente, se pueden extraer los demás delitos cometidos durante el mismo en la fase del análisis, según sea necesario.

263. Si la encuesta utiliza un muestreo por personas, es decir, si entrevista a una persona escogida dentro del hogar, y únicamente obtiene información sobre los delitos experimentados por esa persona, el delito medido en la encuesta dependerá de la persona a quien se entreviste. En el ejemplo anterior, si se entrevista al hombre, el delito sería clasificado como agresión, si se usara la regla de la jerarquía; mientras que si se entrevista a la mujer, sería clasificado como violación. Los incidentes que hubieran sido reportados por las personas no entrevistadas (la mujer en el primer caso y el hombre en el segundo),

están contabilizados dentro del diseño de la encuesta; se les trata como cualquier otra persona que no esté en la muestra y que haya sufrido un delito.

264. Si la encuesta utiliza una muestra por hogares, y entrevista a todos los miembros del hogar (o todos los miembros de un hogar dentro de cierto rango específico de edad), el procedimiento de conteo diferiría en cierta medida. En el ejemplo anterior, si ambas víctimas cumplen los criterios de edad de la encuesta, se contarían los delitos contra cada uno de ellos. Dado que hubo dos víctimas de dos delitos distintos en un mismo incidente, se requeriría cierto ajuste al protocolo de ponderación para producir un cálculo de los incidentes delictivos. De lo contrario, el cálculo de la encuesta parecería declarar que hubo dos incidentes delictivos separados y sin conexión — una agresión y una violación. (La encuesta NCVS utiliza el concepto de victimización para dar cabida a dicho conteo.)

B. Estructura de la encuesta

265. Las encuestas a las víctimas pueden cubrir varias cuestiones de victimización y no victimización, las cuales pueden aparecer como módulos. La ubicación de distintos módulos dentro de la estructura de la encuesta puede depender de decisiones estratégicas/organizacionales basadas en el propósito global de la encuesta, el método de entrevista y la población objetivo. La secuencia de módulos y preguntas del cuestionario es muy importante y debe ser considerada en la fase de las pruebas piloto (consultar Parte V). Para hacer que el encuestado se sienta cómodo, se pueden comenzar con algunas preguntas que no estén relacionadas directamente con su experiencia delictiva.

Tabla 3: Contenido de la encuesta de acuerdo a su propósito

Módulo	Propósito
Preguntas sobre el miedo	Medir el miedo al delito y la inseguridad
Experiencia con el delito	Medir la victimización
Seguimiento para las víctimas	Medir delitos de cifras desconocidas/no denunciados Conocer el contexto de la victimización
Preguntas actitudinales generales	Medir las actitudes hacia la policía y el sistema de justicia penal
Prevención, bienestar y seguridad	Valorar las medidas de prevención del delito, los sistemas de seguridad y/o las estrategias

266. El inventario de la ONUDD-CEE identificó los propósitos más comunes de las encuestas para víctimas. Cada una de estas cuestiones puede ser sondeada con conjuntos pertinentes de preguntas/módulos en el cuestionario, los cuales tendrán mayor o menor prominencia dependiendo del propósito primordial establecido en la encuesta. Las encuestas para víctimas tienden a estar diseñadas con uno o más propósitos principales. El contenido de la encuesta puede compilarse a través de distintos módulos con miras a atender mejor los distintos propósitos de la encuesta. Tomando en cuenta los propósitos principales, esta sección ofrecerá ejemplos y sugerencias con respecto al posible contenido de varios ‘módulos’, cada uno de los cuales busca proveer información que corresponda al propósito relevante (consultar la Tabla 3).

267. Sin embargo, cabe destacar que para obtener información completa, por ejemplo, sobre el miedo al delito y la inseguridad, puede ser necesario hacer preguntas sobre las experiencias de victimización de los encuestados. Por lo tanto, puede existir la necesidad de expandir las áreas cubiertas por el cuestionario más allá del propósito primordial de la encuesta. Para hacer lo anterior, puede ser necesario equilibrar los distintos módulos poniendo mayor o menor énfasis sobre las distintas áreas. Como ejemplo, el Recuadro 14 muestra la estructura de la Encuesta de Victimización de 2004 en Canadá.

RECUADRO 14: ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA DE VICTIMIZACIÓN DE 2004 EN CANADÁ

2004 GSS SOBRE SECCIONES SOBRE VICTIMIZACIÓN

Sección 1: Percepción, antecedentes y riesgo

Sección 2: Sección de filtro de la victimización delictiva

Sección 3 and 4:

Abuso de parte del cónyuge / pareja actual o anterior

- Abuso emocional y financiero

- Violencia física y sexual

Sección 5 and 6: Denuncias del abuso

Sección 7: Acoso al encuestado

Sección 8: Reportes de incidentes delictivos

Sección 9: Otros eventos delictivos

Sección 10, 11 and 12: Principal actividad y educación

Sección 13: Características de vivienda del encuestado

Sección 14: Otras características

Manejo de cuestiones delicadas en las encuestas en hogares

268. Las encuestas para víctimas abordan una amplia gama de temas, algunos de los cuales pueden ser particularmente delicados o perturbadores para los encuestados. En muchos casos, el agresor y la víctima son conocidos. De acuerdo con los resultados acumulados de la ICVS de 30 países⁹ ‘los agresores eran conocidos de la víctima en cerca de la mitad de los incidentes descritos como comportamiento ofensivo y agresión sexual (... y) en cerca de la mitad de los incidentes de agresiones y amenazas’. Ello confirma que el estereotipo del agresor como un desconocido a menudo es falso. Las víctimas pueden mostrarse muy reacias a compartir sus experiencias con el entrevistador, debido a que el agresor fue alguien que conocían.

269. Además, de acuerdo con algunas teorías criminológicas, cierta parte del delito puede considerarse como precipitado por la víctima, es decir incidentes ‘en los cuales la víctima es el precipitador directo’ (Wolfgang, 1958). Aun si este no es el caso, las víctimas pueden sentirse culpables por lo que pasó, ya sea por no haber tenido un comportamiento lo suficientemente cuidadoso, por haberse confiado demasiado, o porque alguien de hecho las haya culpado después del incidente. Los criminólogos han definido una forma específica de victimización, llamada victimización secundaria, como el proceso en el cual una víctima que busca ayuda de las autoridades (en general, la policía y la gente que trabaja en el sistema penal) es culpada a causa de ello. El Consejo de Europa define la victimización secundaria como ‘la victimización que ocurre no como resultado directo del acto delictivo, sino a través de la respuesta de las instituciones y las personas a la víctima’.¹⁰ También es probable que la víctima de la victimización secundaria tienda a no hablar de su experiencia con los entrevistadores, temiendo que ello ocasione mayor culpa y victimización.¹¹

270. Por lo tanto es importante considerar dichos puntos delicados al iniciar una encuesta para víctimas y tomar en cuenta que las distintas personas pueden reaccionar de manera diferente a la entrevista. Aunque algunas personas anhelan la posibilidad de hablar de lo que les ocurrió (pueden sentir que la encuesta finalmente les está dando voz), otras pueden sentirse muy perturbadas por el contenido. Algunas veces, esto podría ocurrir con las no víctimas, especialmente si las preguntas son consideradas como cultural y/o socialmente inadecuadas para el contexto en el cual son formuladas. La capacitación de los entrevistadores debe tomar dichos aspectos en cuenta y prepararlos para actuar de manera adecuada en respuesta a las reacciones de los encuestados. Los encuestados que hayan sido víctimas de delitos graves pueden pedirle ayuda a los entrevistadores. En algunos casos, los entrevistadores pueden ser capacitados para ofrecer a dichos encuestados números telefónicos o direcciones de servicios especializados o líneas de ayuda.

271. Por ejemplo, el incluir una pregunta sobre robo de ganado puede ser crucial en un ambiente rural en desarrollo, pero la misma pregunta puede ser considerada irrelevante o incluso ridícula en áreas urbanas industrializadas. El robo de una bicicleta puede parecer una pérdida insignificante en muchos casos, pero en algunos casos y sociedades la bicicleta puede ser una herramienta de trabajo indispensable, por lo tanto su pérdida puede tener consecuencias graves para la víctima en términos económicos y prácticos.

272. Por lo tanto es muy importante desarrollar un cuestionario creíble que corresponda a la población objetivo en cuando a los conceptos y el lenguaje usado. Un grupo de enfoque puede ser un método útil para desarrollar un cuestionario que transmita de manera efectiva la información que la encuesta debe capturar. Los participantes pueden discutir los puntos que serán cubiertos por la encuesta y ofrecer aportes útiles para determinar cómo abordar dichos puntos en forma de pregunta. Las pruebas piloto son cruciales para evaluar si el cuestionario es efectivo para establecer un diálogo con los encuestados y obtener la información deseada (Consulte la Sección V).

⁹ Informe ICVS 2004-05, páginas 79-80.

¹⁰ Consejo de Europa, Comité de Ministros. Recomendación Rec(2006)8 del Comité de Ministros a los Estados Miembro sobre la asistencia para las víctimas del delito (Adoptada por el Comité de Ministros el 14 de junio de 2006 en la 967reunión de los delegados de los Ministros). Definiciones (1.3). <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1011109&BackColorInternet=DBDCF2&BackColorIntranet=FDC864&BackColorLogged=FDC864> (12/9/08).

¹¹ ‘Las víctimas serán tratadas con compasión y respeto por su dignidad. Tendrán derecho al acceso a los mecanismos de la justicia y a una pronta reparación del daño que hayan sufrido, según lo dispuesto en la legislación nacional.’ Declaración de la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre los principios fundamentales de justicia para las víctimas de delitos y del abuso de poder (Resolución 40/34 de la Asamblea General, anexo, del 29 de noviembre de 1985). Art. 4.

C. Componentes de la encuesta

273. Las encuestas para víctimas no sólo abordan la experiencia personal de los encuestados con el delito, sino que también representan una oportunidad para capturar las impresiones y expectativas de los hogares sobre una gama más de cuestiones relacionadas con la seguridad. Esta sección del Manual describe los distintos componentes de la encuesta en cuanto a las secciones que se ocupan del miedo al delito, la sensación de seguridad, la percepción de la probabilidad de ser víctima del delito y la experiencia de victimización con respecto a distintos tipos de delitos.

Características del encuestado (socio-demografía)

274. Las encuestas de victimización pueden recoger información sobre una amplia gama de características socio-demográficas del encuestado para permitir el análisis del riesgo potencial y los factores protectores asociados con la victimización. Algunos ejemplos pueden ser: el género, la edad, el nivel educativo, la actividad principal, las características de vivienda, el lugar de nacimiento, el estatus migratorio, el origen étnico, la religión, los ingresos y la orientación sexual. En algunos países, los temas como el origen étnico pueden ser delicados y no serían indagados en encuestas a gran escala.

Preguntas sobre el miedo

275. Esta sección presenta la encuesta a los encuestados y está diseñada para medir a qué grado se preocupa la gente por su seguridad personal en situaciones cotidianas, a qué grado les impone límites el miedo a sus oportunidades y libertad de movimiento y cómo manejan las amenazas a su seguridad en su vida cotidiana. Se puede recoger información sobre una variedad de cuestiones relacionadas con la percepción de la situación delictiva. Las preguntas sobre el miedo incluidas en las encuestas para víctimas generalmente se ocupan de las siguientes tres áreas principales: la sensación de seguridad, la probabilidad de ser víctima del delito y la percepción del problema del delito y sus tendencias. Muchas encuestas colocan las preguntas sobre el miedo al inicio del cuestionario, considerando que es conveniente formular esas preguntas antes de las de victimización para reducir el riesgo de que los encuestados se vean influidos por la conversación con el entrevistador.

Sensación de seguridad

276. Entre las cuestiones que pueden cubrirse en esta parte del cuestionario está una amplia gama de preguntas sobre la sensación de seguridad y el miedo al delito. La pregunta más utilizada en las encuestas para víctimas es aquella que fue usada por la BCS por muchos años y posteriormente adoptada por muchas otras encuestas para efectos de comparación ('¿Qué tan seguro(a) se siente de caminar solo(a) en esta área al anochecer?'). Se puede sondear una variedad de cuestiones distintas relacionadas con la sensación de seguridad personal en este aspecto, incluyendo la sensación de seguridad al caminar durante el día; la sensación de seguridad estando solo en casa; el evitar caminar en algunas áreas específicas por miedo al delito; o identificar en un mapa las áreas o lugares específicos que son considerados como inseguros por el encuestado. Debe tomarse en cuenta que la sensación de seguridad y la percepción pública del delito pueden estar influidas por variables externas al delito (experimentado o percibido). Por ejemplo, la percepción de los encuestados puede estar influida por la frecuencia con la que salen o sus patrones televisivos.¹² Por ende, las encuestas pueden incluir preguntas que busquen obtener información sobre distintos patrones del estilo de vida y su relación con las inquietudes sobre la seguridad. Sin embargo, cabe destacar, que las respuestas a las preguntas generales sobre el miedo también pueden reflejar inquietudes no relacionadas con el delito — como la insatisfacción global con la vida o los ingresos, el desempleo, las cuestiones migratorias o el deterioro ambiental del área en la que vive el/la encuestado. Por esta razón, algunas encuestas también incluyen preguntas que buscan medir la satisfacción del encuestado con su vida o salud en general, o su felicidad general, para lograr la distinción entre sus respuestas a este conjunto de preguntas y las respuestas sobre el miedo al delito.

¹² Los hallazgos de algunas investigaciones sugieren que los programas de televisión que incluyen un tratamiento ficticio o factual del delito estimulan la impresión de que el delito violento es más frecuente de lo que realmente es (Pfeiffer et al., 2005).

RECUADRO 15: MEDICIÓN DEL 'MIEDO AL DELITO'

Una pregunta estándar sobre el 'miedo al delito' en muchas encuestas para víctimas es '¿Qué tan seguro(a) se siente caminando solo(a) en su barrio al anochecer?'

Hay una variedad de cuestiones inherentes a esta pregunta:

- No se refiere explícitamente al 'delito', este más bien está implícito en la pregunta;
- La pregunta asume que el encuestado: (i) sale, (ii) sale solo, (iii) sale en el barrio, y (iv) sale al anochecer.

Para muchos de los encuestados, sus razones para no salir solos en el barrio de noche pueden tener poco o nada que ver con el delito y más con cuestiones personales y circunstanciales. Entre estas pueden estar; la preferencia de quedarse en casa de noche; una falta de movilidad que los mantiene en casa; compromisos que no les permiten salir (como cuidar a los niños); la preferencia de ir de compras/socializar en otras áreas; que no haya nada que hacer en el barrio; el uso de un auto que les permita trasladarse más lejos en busca de esparcimiento, etc.

Además, esta pregunta no especifica el significado de 'barrio', lo cual puede significar cosas distintas para los distintos encuestados que viven en la misma calle.

A pesar de dichas limitantes, la pregunta sobre el 'miedo al delito' ha surgido en las encuestas para víctimas como una medición importante de la percepción del público del delito y la seguridad. Junto con la medición real de la victimización delictiva, el 'miedo al delito' es usado por los autores de políticas para medir las tendencias en la percepción pública de la seguridad y el bienestar.

Desde la década de 1980, para abordar las inquietudes sobre el concepto algo abstracto de 'miedo', las investigaciones han examinado mediciones alternativas de la vulnerabilidad o la 'preocupación' para intentar capturar y comprender mejor las distintas reacciones de la gente ante el delito.¹³

Por ejemplo, la encuesta británica sobre el delito (BCS) de 1988 incluyó resultados sobre el 'enojo' de los encuestados con respecto a la victimización, y en la década de 1990 Ditton, et al (1999)¹⁴ exploraron las reacciones de los encuestados ante experiencias hipotéticas y victimización real, dándoles una variedad de reacciones emotivas, entre ellos, el 'enojo'. Los resultados de su investigación indicaron que el enojo tiene un papel importante, más que el 'miedo', en algunos grupos. Al igual que las investigaciones sobre el 'miedo al delito', sus investigaciones también mostraron que las respuestas emotivas tienden a cambiar de acuerdo con el género y la edad de los encuestados. Al mismo tiempo, aunque ambos sexos pueden experimentar una variedad de emociones, las expresiones 'de género' de 'miedo' pueden ser consideradas adecuadas para las mujeres, mientras que las expresiones de 'enojo' pueden ser consideradas adecuadas para los hombres (Goodey, 1997).¹⁵

Podrían existir las mismas limitantes a ciertas expresiones emotivas que pueden existir en algunas culturas más que en otras, lo cual debe ser tomado en cuenta al explorar las respuestas trans-culturales a las preguntas sobre el 'miedo al delito'. En este aspecto, se debe prestar mucha atención a la traducción de palabras como 'miedo' y 'enojo', ya que algunos cambios sutiles de significado pueden tener un impacto considerable en la manera en que la gente responde a las preguntas.

Posibilidad de convertirse en víctima del delito

277. Otra área que será sondeada es la percepción del encuestado sobre la posibilidad de que les ocurran incidentes específicos a ellos, generalmente dentro de cierto periodo. Este puede ser el caso con preguntas como '¿qué tanto le preocupa...?'. La ventaja de usar preguntas así de específicas sobre el miedo en comparación con preguntas más generales es la oportunidad de enfocar la atención de los encuestados en ejemplos concretos. Algunas encuestas preguntan qué tanto le preocupa al encuestado convertirse en víctima del delito en general. Otras encuestas incluyen preguntas específicas sobre la probabilidad de que ocurran ciertos tipos de delito como, por ejemplo, que alguien entre ilegalmente al hogar del encuestado y robe algo; ser asaltado, víctima de robo, violación o de ataques físicos de parte de desconocidos, que les roben alguna pertenencia, como un auto, algún artículo del auto, un teléfono móvil; o 'ser insultado o importunado por alguna persona, ya sea en la calle o en cualquier otro lugar público'; o ser discriminado y sujeto a un ataque físico debido a su color de piel origen étnico o religión.¹⁶

Percepción del problema y las tendencias del delito

278. En esta sección es posible medir la percepción de los encuestados con respecto al problema del delito y sus tendencias de manera global. Algunas preguntas comunes para este fin son '¿qué tanto

13 Consultar la biblioteca internacional de criminología, justicia penal y penología de 'The Fear of Crime', publicada por Ditton and Farrall (2000), que contiene una variedad de artículos de la década de 1970 a la década de 1990 sobre el 'miedo'.

14 Ditton, J., Bannister, J., Gilchrist, E. and Farrall, S. (1999) 'Afraid or Angry? Recalibrating the 'Fear' of Crime', International Review of Victimology, 6: 83-99.

15 Goodey, J. (1997) 'Boys Don't Cry: Masculinities, Fear of Crime and Fearlessness', British Journal of Criminology, 37(3): 401-418.

16 La mayoría de los ejemplos dados son de la encuesta BCS.

problema considera usted que represente...’, seguida de las descripciones de distintos tipos de situaciones o perfiles de comportamientos distintos. Entre ellos pueden estar situaciones y comportamientos delictivos y no delictivos y además puede servir para evaluar los niveles de tolerancia ante la degradación ambiental y el comportamiento antisocial. Una posible lista que podría incluir distintos tipos de delitos, la presencia de pandillas de jóvenes, contaminadores, gente sin hogar, borrachos, además de basura, pertenencias destruidas, vandalizadas o quemadas en las calles. Se puede hacer referencia a los problemas con los vecinos. Esta sección también puede abordar el uso o la venta de drogas. Este aspecto se cubre en algunas encuestas como una cuestión de exposición a drogas ilegales, y por lo tanto cae dentro de la sección del cuestionario sobre la experiencia de victimización.

279. Las preguntas sobre las tendencias son aquellas que preguntan al encuestado si el crimen ha aumentado o disminuido en su área en cierto periodo, ya sea fijo (por ejemplo, en los últimos dos años) o desde un evento social de importancia que el encuestado pueda recordar bien (por ejemplo, un feriado público o religioso de importancia, un evento deportivo, etc.). Es discutible si es apropiado relacionar dichas preguntas con situaciones políticas o cambios gubernamentales, ya que ello puede llevar a atribuir cualquier variación a dichos cambios y puede ser preferible limitar el alcance de las preguntas a las tendencias a lo largo del tiempo.

Experiencia con el delito

Tipos y categorías delictivas

280. La experiencia de los encuestados representa la parte crucial de las encuestas para víctimas. Las encuestas en hogares abordan una amplia gama de delitos. Es importante destacar que las definiciones legales y los tipos de delito varían de un país a otro. Las definiciones legales de los delitos dentro de una jurisdicción específica ofrecerán el enfoque clave en el desarrollo de preguntas en torno a la victimización delictiva. Este capítulo describe el rango de tipos de delitos que podrían incluirse como parte de una encuesta sobre victimización delictiva. Es necesario identificar el conjunto deseado de delitos que serán sondeados, dependiendo del propósito de la encuesta y su población objetivo. También se puede considerar si se incluirán o se excluirán algunos tipos de delito, especialmente los más delicados, como aquellos relacionados con la violencia personal, dependiendo del método de entrevista.

281. El primer principio que debe tomarse en cuenta es que las encuestas para víctimas permiten superar el problema de la definición del delito. Las definiciones de los delitos de los códigos penales aplican cuando las víctimas los denuncian a la policía, por ende, los registros delictivos reflejan la interpretación de la policía de los relatos de las víctimas sobre lo que les ocurrió. En las encuestas para víctimas, se ofrecen algunos escenarios como ejemplos de posibles situaciones delictivas en las cuales el encuestado pueda haber estado involucrado como víctima o como testigo. Las distintas maneras en que se definen las situaciones delictivas limitan la capacidad de comparar las encuestas para víctimas y los datos de la policía.

282. Las definiciones de las encuestas pueden tener una redacción sencilla que explique claramente a los encuestados las características de los incidentes que les han ocurrido. Una redacción como ‘¿[a lo largo de cierto periodo] alguien le ha quitado algo, recurriendo a la fuerza, o amenazándolo?’ puede transmitir con facilidad el concepto de un incidente que entraría en la categoría delictiva del asalto a grandes rasgos. Las definiciones sencillas pueden ser traducidas a distintos idiomas y culturas con mayor facilidad que el concepto legal del asalto. Por lo tanto, las definiciones de los delitos usadas en las encuestas para víctimas no están relacionadas con artículos exactos de los códigos penales. Las preguntas sobre la experiencia con el delito deben evitar la terminología legal y transmitir un concepto claro. Por lo tanto es importante no preguntar a los encuestados si han sido víctimas de un delito específico, sino si les han ocurrido ciertos incidentes — descritos en la encuesta en términos no legales. Esto garantiza una descripción más clara de las circunstancias, lo cual probablemente se verá reflejado en una comprensión común de parte de los encuestados, independientemente de su edad, educación, experiencia y perfil cultural.

Tabla 4: Tipos de delitos incluidos en las encuestas para víctima

	porcentaje de encuestas		porcentaje de encuestas
Agresión con fuerza	95	Intento de robo domiciliario	62
Amenaza del uso de la fuerza	83	Robos personales sin contacto	60
Robo domiciliario	78	Vandalismo	59
Robo de un auto	76	Robo de bicicletas	55
Agresión sexual	76	Robo de motonetas/motocicletas	55
Carterismo	74	Fraude/estafas	34
Asaltos	69	Violencia psicológica	28
Robo a un auto	66	Sobornos/corrupción	21
Violación	64	Exposición a drogas ilegales	16

Fuente: Inventario 2005 de ONUDD-CEE

283. La Tabla 4 muestra una lista de los tipos de delitos que se incluyen con mayor frecuencia en las encuestas examinadas por el inventario de ONUDD-CEE. Más de 70 % de las encuestas incluyeron preguntas sobre las principales categorías delictivas, es decir, agresión con fuerza, la amenaza del uso de fuerza, el robo domiciliario, el robo de un auto, el asalto, carterismo y la agresión sexual. Entre 50 y 70 % de las encuestas incluyeron algunas sub-categorías delictivas, que suelen involucrar robos de otros tipos específicos de pertenencias (como objetos de los autos, las bicicletas o las motocicletas).

284. Por último, más de un tercio de las encuestas abordó tipos de delitos de los cuales es particularmente difícil obtener información, e incluyeron preguntas sobre el fraude, la corrupción, la violencia psicológica y la exposición a las drogas ilegales. Las preguntas sobre ese tipo de incidentes pueden ser difíciles de formular, y los resultados son más difíciles de interpretar que aquellos de los tipos más 'convencionales' de delito. Sin embargo, la información obtenida por medio de las encuestas sobre este tipo de comportamientos ilegales puede ser útil para comprender mejor el contexto que rodea los incidentes y el perfil de las víctimas. La Sección IV.D se ocupará de cada tipo de delito con mayor detalle.

285. Se pueden incluir distintas categorías de delito en la encuesta. Existe una primera distinción importante entre los delitos que afectan al hogar entero y la experiencia personal de victimización. La primera categoría se refiere a incidentes, especialmente aquellos relacionados con las pertenencias (por ejemplo, el robo de un vehículo o un robo doméstico), del cual todas las personas del hogar pueden considerarse víctimas. Cualquier miembro del hogar que sea entrevistado sabrá del incidente y lo reportará. Las experiencias de victimización personal son aquellas que sólo afectan a una persona y que únicamente la víctima directa puede reportar a la encuesta. Entre ellas están los delitos de contacto entre el agresor y la víctima (como la agresión, la agresión sexual, el asalto en la calle), pero también los delitos sin contacto en los que la víctima es privada de pertenencias personales como una cartera o un teléfono móvil.

286. La redacción de las preguntas de estas dos categorías puede ser distinta, tomando en cuenta el nivel de conocimiento que tengan los encuestados sobre los distintos incidentes, ya sea que los hayan afectado personalmente o que hayan afectado a todo el hogar. La Tabla 5 muestra algunos ejemplos de los tipos de delito que entran en la categoría de delitos contra el hogar y experiencias de victimización personal.

Tabla 5: Tipos de delito que pueden incluirse en las encuestas generales en hogares, por categoría de víctima

Delitos contra el hogar	Experiencias de victimización personal
Robo de vehículos (motorizados, auto, motocicletas, bicicletas); robo a un vehículo	Robo de pertenencias personales (carterismo, otros robos)
Ingreso ilegal (robo domiciliario, intento de robo domiciliario)	Asalto (robo con violencia)
Vandalismo (daño a automóviles, grafiti)	Agresión y amenazas;
	Violencia psicológica (acoso, persecución)
	Delitos sexuales (agresión sexual, violación)
	Fraude (estafas, fraude con tarjetas de crédito, fraudes por internet)
	Corrupción/sobornos
	Exposición a drogas ilegales

287. Existe otra distinción importante entre los delitos de contacto y sin contacto (consulte la Tabla 6). La primera categoría incluye todos los incidentes que involucran contacto entre el agresor y la víctima, independientemente de si se utilizó violencia o no. En estas situaciones, aún si la víctima no se vio amenazada, estuvo directamente expuesta al (a los) agresor(es), lo cual puede ser considerado como una forma de victimización en sí misma. En cambio, los delitos sin contacto incluyen todos los incidentes en los que la víctima no estuvo de cara al agresor, como el robo de pertenencias que fueron descuidadas. Generalmente los delitos de contacto son considerados más perjudiciales para la víctima que los delitos sin contacto.

Tabla 6: Ejemplos de tipos de delito de contacto y sin contacto que pueden incluirse en las encuestas generales en hogares

Delitos de contacto	Delitos sin contacto
Robo (hurto con violencia); asalto;	Robo de vehículos (motorizados, auto, motocicletas, bicicletas)
Robo a personas: Robo de bolsos, carterismo	Robo a un vehículo
Agresión y amenaza; violencia psicológica (acoso, persecución)	Ingreso ilegal (robo domiciliario, intento de robo domiciliario)
Delitos sexuales (agresión sexual, violación)	Vandalismo (daño a automóviles, grafiti)
	Robo de pertenencias personales
	Fraude (estafas, fraude con tarjetas de crédito, fraudes por internet)
	Corrupción/sobornos
	Exposición a drogas ilegales

Filtros

Establecimiento de la titularidad o el uso exclusivo de la propiedad

288. Es una buena práctica establecer si el encuestado y/o el hogar tenían la posesión o el uso exclusivo de las pertenencias con respecto a las preguntas sobre el robo. Para estos efectos, es conveniente incluir en el cuestionario todos los filtros necesarios para esclarecer la posesión de las pertenencias en cuestión. Esto puede incluir los vehículos, motocicletas, bicicletas, teléfonos móviles o cualquier otro objeto cuyo robo esté cubierto por la encuesta. De esta manera será posible evaluar la prevalencia de las víctimas basándose no sólo en la muestra entera, sino también en el subconjunto de los propietarios de cierto artículo. Dichos subconjuntos pueden mostrar grandes variaciones de tamaño entre distintas áreas encuestadas, dependiendo del índice de titularidad de los distintos bienes. La redacción usada para describir los bienes debe ser sencilla y comprendida de manera general por los encuestados en el idioma que hablen. Es importante que las palabras usadas para describir los distintos bienes sean exactamente las mismas en el filtro y en la pregunta sobre el robo (por ejemplo: la pregunta 'A lo largo de [periodo de referencia], alguien de su hogar tuvo un auto, una furgoneta o un camión para uso privado?' puede

ir seguida de ‘A lo largo de [periodo de referencia], a usted u otros miembros de su hogar les han robado sus autos/furgonetas/camionetas?’).

Establecimiento de las experiencias de victimización

289. La mayoría de las encuestas para víctimas abordan la experiencia de la victimización en dos pasos, comenzando con el uso de filtros que describen los incidentes para establecer qué encuestados han sido víctimas. El segundo paso se restringe a aquellos que han sido víctimas e incluye todas las preguntas que buscan capturar detalles del incidente. En general, se realizan preguntas de seguimiento de cada tipo de delito que se cubre en la encuesta. De esta manera, los encuestados que hayan sido víctimas de más de un tipo de delito recibirán un número de preguntas de seguimiento igual al de los delitos de los cuales fueron víctimas. Algunas encuestas agrupan todos los filtros de cada tipo de delito cubierto en la encuesta en una sección, haciendo las preguntas relevantes en secuencia, y volviendo a los detalles de los incidentes únicamente tras haber terminado la serie entera. Otras encuestas prefieren repasar todas las preguntas relacionadas con un tipo de delito particular de una vez, y así realizar las preguntas de seguimiento relevantes inmediatamente después del filtro (consulte la Sección V.B).

D. Delitos contra el hogar

Delitos contra los vehículos

290. La mayoría de los hogares son poseedores de vehículos y su valor, ya sea un vehículo motorizado o una bicicleta, suele ser conocido y compartido entre la población encuestada. Por esta razón, muchas encuestas consideran la victimización sufrida como consecuencia del robo de los vehículos o sus piezas como un buen indicador. Las preguntas deben ofrecer una descripción de los vehículos en palabras que puedan ser comprendidas de manera general por los encuestados en el idioma que hablan cotidianamente. Esto da lugar a una variedad de definiciones locales de los tipos de vehículos usados con mayor frecuencia en el área encuestada, como por ejemplo autos, motos de tres o cuatro ruedas, mini-furgonetas, etc. También es importante asegurarse de que las preguntas sean consistentes con la redacción usada para describir los distintos tipos de vehículo que aparecen en el filtro de la titularidad. Se pueden usar secciones independientes para ocuparse de los automóviles, las motocicletas, bicicletas y/o cualquier otro vehículo de uso común en el área encuestada. Algunas encuestas especifican que los vehículos deben haber sido de uso privado de una o más personas del hogar.

Robo de vehículos motorizados

291. Cabe destacarse que el ‘robo de vehículos motorizados’ es probablemente el tipo de delitos en el cual la ‘cifra desconocida’ es la menor. La mayoría de las víctimas presentan una denuncia ante la policía por razones relacionadas con el registro del auto y por el seguro. Esto hace que las estadísticas sobre este tipo de delito sean relativamente fáciles de comparar entre las encuestas para víctimas y los registros policiales y por esta razón en algunas encuestas la redacción de esta pregunta está diseñada para corresponder a las definiciones usadas por la policía en ese país.

292. Muchas encuestas indagan si los vehículos fueron recuperados eventualmente. Este aspecto puede ser muy importante, ya que la desaparición de un auto — ya sea por desmantelamiento o por haber sido enviado al extranjero — requiere un cierto nivel de organización de parte de los agresores y puede indicar la presencia de grupos de crimen organizado. Existen una distinción importante relacionada con la presencia o ausencia del conductor o de otros pasajeros. En algunos contextos, este tipo de delito (llamado secuestro de auto — consulte más adelante) ocurre con mayor frecuencia que el robo de autos solos, por lo cual se tiene que hacer una pregunta independiente al respecto de ello.

Robo a vehículos

293. El robo a vehículos podría incluir el robo de autopartes o de artículos que estén dentro de un auto (p. ej. un radio, espejo, llanta de repuesto, equipaje, etc.) y está entre los tipos de delito experimentados con mayor frecuencia por los ciudadanos. Independientemente del país en el que se realicen las encuestas, esta forma de victimización afecta a grandes partes de la población y es un buen ejemplo del tipo de delito que frecuentemente queda sin denunciar.

Robo de bicicletas

294. En las encuestas para víctimas suele hacerse una pregunta sobre el robo de bicicletas. Algunas encuestas registran las bicicletas robadas durante el curso de otro delito (p. ej. un robo domiciliario en

el cual hayan sido robados otros artículos). Pero las distintas sociedades experimentan el delito de maneras distintas, por lo tanto el robo de una bicicleta puede representar un delito mayor o menor, en distintos contextos. Las bicicletas pueden ser usadas como transporte al trabajo o la escuela, con fines deportivos o de esparcimiento. Algunas bicicletas pueden tener un valor muy elevado para el encuestado, por ejemplo como herramienta de trabajo o como equipo deportivo altamente sofisticado. El robo de una bicicleta puede afectar a las distintas víctimas de maneras diferentes.

Ingreso ilegal y robos domésticos

295. La cuestión más relevante (y más complicada) para el delito contra hogares es el ingreso ilegal. Sus definiciones y la redacción de las preguntas varían de una encuesta a otra. Un aspecto importante es la identificación de las fronteras físicas del hogar. En la mayoría de las jurisdicciones, el ingreso ilegal a una cochera, un cobertizo o cualquier otra estructura que sea parte del inmueble también representa un ingreso ilegal a las fronteras del hogar. Sin embargo, varias encuestas hacen excepciones en sus preguntas sobre ingreso ilegal al tratarse de los sótanos, garajes, áticos y casas anexas, con la premisa de que la vigilancia en dichos inmuebles no puede ser tan alta como en los 'principales', por lo tanto ingresar ilegalmente a ellos puede ser más fácil, lo cual arroja un número inflado de incidentes. Sin embargo, la inclusión o exclusión de dichos inmuebles en la encuesta puede depender de distintos estilos de vida nacionales/regionales y también debe ser tomado en cuenta al comparar los resultados de una encuesta a otra.

296. Las preguntas sobre los delitos contra los hogares deben intentar evaluar si hubo ingreso ilegal, o una tentativa de ingresar al hogar, con o sin uso de fuerza. El uso de fuerza generalmente involucra daños a las puertas, ventanas o rejas, lo cual en sí es una forma de victimización *per se*, independientemente de si el agresor logró penetrar al inmueble. Este delito generalmente está motivado por la intención de robar algo.

297. Algunas encuestas preguntan a los encuestados si algún miembro del hogar estaba en él mientras sucedió, y si se dieron cuenta de la presencia de los ladrones. Esta es una pregunta importante, ya que puede establecer si lo que ocurrió involucró un contacto entre el agresor y la víctima, y el uso o el amago de violencia contra las personas.¹⁷

298. Algunas encuestas buscan cubrir tanto el ingreso ilegal como el robo de pertenencias (robo doméstico) en una sola pregunta, que puede decir, por ejemplo, '¿[a lo largo del periodo de referencia], hubo alguien que ENTRARA sin permiso y ROBARA o INTENTARA ROBAR' pertenencias?¹⁸ Cabe destacar que entre más complicada sea la pregunta, más difícil será obtener respuestas claras. Además, los resultados obtenidos en las preguntas que combinan más de un incidente en su redacción pueden ser difíciles de comparar pasado un tiempo o de un país a otro. Algunas encuestas, como la NCVS de Estados Unidos, incluyen en su definición del ingreso a los hogares el requisito de que el agresor no tiene derecho a estar presente en el inmueble. Los robos cometidos por alguien que sí tenga derecho a estar en el inmueble, por ejemplo un familiar, un trabajador o un visitante se cuentan como robos, no como ingreso ilegal al hogar. En contraste, la redacción usada por la Encuesta italiana sobre seguridad ciudadana incluye el robo cometido por una persona que se encuentre en el hogar de manera legal, como un huésped, o un sirviente, dentro de la definición de robo.

299. Por ende, las encuestas para víctimas que cubren el ingreso ilegal y el robo doméstico pueden tomar en cuenta el que existen varias cuestiones que tienen que ser expresadas en la redacción de las preguntas con miras a establecer lo sucedido. Dichas cuestiones pueden resumirse en el siguiente esquema:

1. Identificación del inmueble:
 - residencia principal
 - sótanos, garajes, áticos y casas anexas
2. Ingreso o tentativa de ingreso:
 - ingreso materializado
 - tentativa de ingreso

17 En algunos países/encuestas el caso del robo domiciliario cuando la víctima está presente se considera como *asalto*. La *Encuesta italiana sobre seguridad ciudadana*, por ejemplo, clasifica los eventos descritos en respuesta a una pregunta de la encuesta sobre el robo domiciliario como *asalto* si el perpetrador usó la violencia contra la víctima para ingresar a la casa o si el perpetrador recurrió al uso de drogas o pastillas para dormir para dejar a la víctima inconsciente antes de robar o intentar robar algo de la casa.

18 BCS.

3. Uso de la fuerza:
 - se recurrió a la fuerza para lograr ingresar a la residencia
 - no se recurrió a la fuerza
4. Contacto entre la víctima/agresor, amago o uso de violencia:
 - presencia de los miembros del hogar:
 - se utilizó o amagó con violencia contra ellos
 - no se utilizó ni se hizo amago de violencia
 - nadie estuvo presente
5. Robo:
 - hubo robo
 - no hubo robo
6. Daños al hogar:
 - hubo daños;
 - no hubo daños;

Vandalismo

300. Las preguntas sobre el vandalismo pueden abordar el daño a hogares y otras pertenencias e involucran, por ejemplo, grafiti, daños al exterior de los edificios, jardines y autos. También puede incluir incidentes que involucren incendios provocados. Algunas encuestas realizan preguntas independientes sobre los daños a los hogares o los automóviles. El daño a los hogares puede ser resultado de un intento de robo, así que algunas encuestas solo realizan preguntas sobre los daños intencionales a los vehículos y se ocupan del daño a los hogares dentro de la sección del ingreso ilegal a los hogares.

E. Experiencia de victimización personal

Robo de pertenencias personales

301. Sesenta por ciento de las encuestas del inventario de la ONUDD-CEE incluyen preguntas sobre robos personales sin contacto, es decir aquellos que involucran pertenencias no portadas por la víctima. Este es el caso, por ejemplo, de los bolsos de mano, las carteras, teléfonos móviles, documentos olvidados en vestidores o en trenes u otros medios de transporte, o en la playa, la oficina, etc. Una definición de esta categoría a grandes rasgos puede referirse a los robos (incluyendo tentativas) a la víctima, pero sin el uso o amago de fuerza física. Por ejemplo, los robos cometidos por una persona que tenga permiso/derecho de estar en cierto inmueble entrarían en esta categoría y no en la de robos domésticos.

302. La redacción de la pregunta puede incluir una lista de artículos como ejemplo de las circunstancias y/o tipos de pertenencias que fueron robados. Debe tomarse en cuenta que las distintas listas producen respuestas diferentes, afectando así el índice de victimización que arrojan.

303. Los incidentes que involucran robos sin el uso de fuerza pueden ser olvidados con facilidad por las víctimas, lo cual hace que las respuestas a esta pregunta dependan en gran medida del deterioro de la memoria, y que sus resultados no sean muy útiles para el análisis.

304. Algunas encuestas distinguen entre el robo de pertenencias personales y el carterismo, que involucra el robo de pertenencias que la víctima portaba o traía puestas al momento del robo. Esto puede o no incluir los asaltos y los robos de bolsas, que a su vez suelen ser clasificados como asalto (consulte más adelante). En general, se puede hacer la distinción entre el robo simple y el carterismo con las preguntas de seguimiento que buscan esclarecer si la víctima, por ejemplo, portaba, traía puesta o tenía consigo (alguna de) las pertenencias que fueron robadas o que el agresor intentó robar. La encuesta británica sobre el delito (BCS) especifica que esto incluye 'los artículos que están en los bolsillos de la ropa que se trae puesta al momento del robo'.

Robo de teléfonos móviles

305. En todo el mundo, los teléfonos móviles se han convertido en un artículo accesible para grandes sectores de la población. Las encuestas para víctimas suelen incluir preguntas sobre el robo de teléfonos móviles, ya sea como adición o como alternativa a la pregunta general sobre el robo de pertenencias personales. El teléfono móvil es un objeto bien identificado, cuyo valor tiende a ser bien comprendido en cualquier sociedad. Las preguntas sobre el robo de los teléfonos móviles puede producir resultados

más precisos que las preguntas generales, ya que tienen la ventaja de indicar claramente el artículo de referencia.

306. El intento o robo de teléfonos móviles puede ocurrir en una variedad de circunstancias, con o sin contacto personal entre la víctima y el agresor. Como ejemplo, el Recuadro 15 ofrece una lista detallada de las circunstancias, tal y como aparece en la pregunta correspondiente de la encuesta británica sobre el delito (BCS).

RECUADRO 16: ROBO DE TELÉFONOS MÓVILES (BCS)

¿Puede confirmar en qué circunstancias fue robado el teléfono móvil?

1. Mientras era usado por alguien
2. Mientras era portado por alguien en la mano, pero sin usarlo
3. Mientras la persona lo traía puesto de manera visible (p. ej. en una correa o prendedor, en un bolsillo abierto, etc.)
4. Mientras la persona lo traía puesto, pero no de manera visible (p. ej. en una bolsa/en el portafolio, dentro de un bolsillo, etc.)
5. Mientras estaba descuidado y visible (p. ej. en una mesa, un escritorio, etc.)
6. Mientras estaba descuidado y no estaba visible (p. ej. en una bolsa/portafolio descuidados, en un armario, etc.)
7. De otra manera (no especificar)

*Asalto*¹⁹

307. Casi setenta por ciento de las encuestas del inventario de la ONUDD-CEE incluyen preguntas sobre el asalto. Los delitos de asalto conocidos por el público pueden dividirse en dos categorías a grandes rasgos, a saber, los asaltos contra instituciones como bancos u oficinas postales, y los ‘asaltos de calle’, es decir, los asaltos contra personas. Aunque los encuestados pueden haber estado involucrados en asaltos contra instituciones como víctimas o testigos, las preguntas de las encuestas para víctimas generalmente sólo se ocupan de los asaltos de calle, los cuales pueden definirse como asaltos realizados o intento de asalto, directo a una persona, de pertenencias o efectivo, con uso o amago de fuerza, con o sin armas, y con o sin lesiones. Aunque se use el término ‘asalto de calle’ dichos asaltos pueden ocurrir en realidad en una variedad de lugares, como parques, autobuses o trenes, y en sitios comerciales, siempre y cuando la persona haya sido la víctima del asalto. Sin embargo, la mayoría de las encuestas de victimización excluyen del robo los asaltos con uso de fuerza que ocurren en los hogares. Estos generalmente se clasifican como robos domésticos/domiciliarios.²⁰ La variedad de definiciones del asalto desde una perspectiva legal hace que la comparación entre los resultados de las encuestas para víctimas y los registros policiales sean muy difíciles. Muchas encuestas han descubierto que el asalto está entre los tipos de delitos que las víctimas tienden a denunciar a la policía con menor frecuencia.

Agresión y amenazas

308. Los incidentes de agresión y amenazas son cubiertos en la mayoría de las encuestas para víctimas. La mayoría de las encuestas para víctimas hacen la distinción entre tres tipos de agresión y abordan cada uno de ellos con filtros independientes: 1) una categoría general de agresión interpersonal (agresión y amenaza); 2) agresiones con motivación sexual (violación, intento de violación y agresión sexual); y 3) agresiones con la intención de robar pertenencias (asalto e intento de asalto). Sin embargo, las distintas encuestas pueden utilizar distintos formatos para abordar las preguntas relevantes, obteniendo así resultados que pueden ser difíciles de comparar (por ejemplo, algunas encuestas se ocupan de la agresión sexual y el asalto como subconjuntos de la agresión).

309. Algunos elementos importantes a considerar en la formulación de las preguntas son si la agresión fue física o psicológica y si se utilizó o se hizo amago de fuerza. Las preguntas sobre la agresión pueden hacer referencia a cualquier agresión física deliberada, con o sin armas, que ocasione cualquier tipo de daños al receptor. La agresión puede o no ocasionar lesiones visibles y puede incluir una variedad de acciones contra la víctima, como patadas, golpes, bofetadas, ahorcamiento, quemaduras, puñaladas y disparos. El agresor puede ser un desconocido, pero también una persona que la víctima conozca bien, o un familiar. El incidente puede ocurrir en una variedad de lugares, como el hogar del encuestado o

¹⁹ El asalto puede definirse como el acto o el caso en el que se toma ilegalmente una pertenencia ajena por medio del uso de la violencia o la intimidación.

²⁰ La encuesta sobre seguridad de Italia y la encuesta NCVS de Estados Unidos representan excepciones. (El asalto incluye el robo con el uso de la fuerza en el hogar).

en la calle, en un lugar público, en el trabajo, en la escuela o en el transporte público, en la playa, etc. Algunas encuestas también incluyen incidentes en la línea de trabajo del encuestado (por ejemplo, los guardias de seguridad). Generalmente se excluyen los incidentes que ocurren durante un juego en un campo deportivo.

RECUADRO 17: COMPORTAMIENTO ANTISOCIAL

Suele ser conveniente medir los eventos que afectan la sensación de seguridad de la comunidad, pero que podrían no ser del todo delictivos o aquellos que afectan la percepción de las víctimas, sin ser una victimización real. Dichos eventos suelen ser conocidos como ‘comportamiento antisocial’ o problemas de ‘calidad de vida’. Aunque es posible medir estos incidentes casi delictivos de la misma manera que las victimizaciones delictivas, también es conveniente medir su percepción para capturar la sensación de inseguridad contra ciertas comunidades particulares o ciertas secciones de la población. Dichas mediciones no ofrecen un cálculo de la cantidad o prevalencia de dichos comportamientos (consulte el final de este recuadro de texto), pero pueden servir como indicador de las inquietudes de la comunidad.

En Inglaterra y Gales, la encuesta británica sobre el delito (BCS) mide de manera rutinaria niveles elevados en la percepción de comportamientos antisociales a partir de las respuestas a siete preguntas individuales sobre comportamiento antisocial. La BCS pregunta lo siguiente:

‘De las siguientes cosas que voy a leer, ¿me podría decir qué tan problemáticas son en su área? Al decir su área me refiero a una distancia de 15 minutos a pie desde aquí. Qué tantos problemas hay con...

- vecinos o fiestas ruidosas;
- adolescentes que conviven en las calles;
- basura o desechos regados;
- vandalismo, graffiti y otros daños deliberados a la propiedad;
- gente que usa o vende drogas;
- gente embriagada o que actúa de forma bulliciosa en lugares públicos; y
- autos abandonados o quemados.’

La percepción del comportamiento antisocial se mide usando una escala basada en respuestas a siete preguntas, de la siguiente manera: ‘enorme problema’ = 3, ‘gran problema’ = 2, ‘no tan gran problema’ = 1 y ‘no problemático en absoluto’ = 0.

La calificación máxima de las siete preguntas es de 21. Los encuestados que tengan una calificación de 11 o más en esta escala se clasifican como sujetos con altos niveles de comportamiento antisocial percibido.

La encuesta BCS también pregunta sobre otros tipos de comportamiento similar que se reportan con menor frecuencia, incluyendo el conducir a altas velocidades, el estacionarse de manera inconveniente o ilegal, el uso de fuegos pirotécnicos no oficiales, perros sin control y disputas vecinales. Además, la encuesta BCS pregunta a los encuestados sobre su experiencia con dichos trastornos para poder hacer una evaluación de si los problemas percibidos son un contratiempo importante para las personas o si reflejan eventos reales. Esta última medición puede ofrecer un indicador de la frecuencia con la que dichos eventos son experimentados por los encuestados.

310. Por lo tanto, la redacción de las preguntas relevantes puede incluir elementos de la ubicación en la que ocurrió el incidente, mencionar el posible comportamiento del agresor y mencionar que el agresor puede haber sido alguien que la víctima conocía. Por ejemplo, ‘¿[durante el periodo de referencia] ha habido alguna persona, incluyendo a sus conocidos, que lo(a) haya golpeado deliberadamente con sus puños o con un arma o que lo(a) haya pateado o usado fuerza o violencia contra usted de alguna otra manera?’²¹

Agresión sin fuerza (amenazas)

311. La gravedad de la agresión puede variar entre una amenaza menor hasta incidentes casi fatales. La ausencia de contacto físico puede generar la impresión de que el delito fue menos grave. Sin embargo, en muchas jurisdicciones, el uso de palabras o cierto comportamiento que den lugar a una declaración de intenciones de lesionar a un tercero perpetrando un acto ilegal es un crimen en sí mismo. Pueden existir amenazas con la intención de chantajear²² o sustraer dinero o pertenencias por extorsión. Otras amenazas pueden estar dirigidas a obtener el consentimiento de la víctima para actos que normalmente no aceptaría, dando inicio así a posteriores victimizaciones. Las encuestas pueden intentar capturar la prevalencia de amenazas por medio de una pregunta independiente (por ejemplo ‘¿...la persona(s) lo(a) amenazó con daños físicos de algún tipo? ¿Cómo se le amenazó? Fue: ... ¿de cara a cara? ¿Usted cree

²¹ BCS.

²² El chantaje puede ser definido como el acto de extorsionar dinero u otros objetos valiosos de una persona amenazándola con revelar información perjudicial sobre ella.

que la amenaza se iba a materializar?’).²³ Como alternativa, es posible establecer mediante una pregunta de filtro sobre asaltos si se recurrió a la fuerza o si la víctima únicamente fue amenazada (por ejemplo ‘fue usted, [durante el periodo de referencia] atacado(a) o amenazado(a) personalmente por alguna persona de alguna manera que le haya causado un temor real...’²⁴).

Violencia psicológica

312. Las preguntas específicas sobre amenazas no físicas pueden tomar en cuenta varios aspectos de la violencia psicológica o el abuso emocional. Esto se da con mayor frecuencia en las encuestas sobre la violencia contra las mujeres, pero también se encuentra en algunas encuestas a la población general o sobre la calidad de la vida laboral. Las amenazas por teléfono o por correo,²⁵ que podrían ser consideradas ‘indirectas’, ya que no involucran un encuentro cara a cara entre la víctima y el agresor, también podrían ser incluidas en esta categoría.

313. Muchas encuestas cubren distintas formas de acoso, físico o verbal, con o sin implicaciones sexuales. Algunas encuestas para víctimas incluyen entre las distintas formas de acoso aquellas que ocurren en el lugar de trabajo, como la presión grupal, de parte de colegas, subordinados o superiores, las cuales minan la moral de los empleados y representan una causa importante de malestares emocionales entre la población laboral. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (ILO, por sus siglas en inglés), la presión grupal en el trabajo es una forma ‘de acoso psicológico que consiste en la persecución por medio de intentos vengativos, crueles o maliciosos de humillar o menospreciar a una persona o a un grupo de empleados’.²⁶ Los resultados de las encuestas sobre la calidad de la vida laboral han identificado algunos indicadores directos e indirectos de la presión grupal experimentada por los trabajadores en su lugar de trabajo, como los presentados en el Recuadro 18.

RECUADRO 18: PRESIÓN GRUPAL EN EL LUGAR DE TRABAJO

En 2006, el Instituto de Investigaciones Laborales y Familiares de la República Eslovaca (*Stredisko pre štúdium práce a rodiny, SŠPR*) realizó una encuesta sobre la incidencia de la presión grupal y el acoso sexual en el lugar de trabajo, las reacciones de las víctimas del acoso y los resultados de los casos de acoso. La investigación también examinó las opiniones generales sobre las razones de la presión grupal y el acoso sexual en el lugar de trabajo y los métodos de prevención. La tabla que aparece a continuación muestra la experiencia directa e indirecta con la presión grupal en el lugar de trabajo, según fue reportada a la encuesta.

<i>Indicadores de presión grupal</i>	<i>Núm. de trabajadores</i>	<i>% de trabajadores</i>
Sobrecarga de tareas y presión para un buen desempeño	739	70.9
Difamación y engaños	634	60.9
Amenazar y atemorizar a una persona	587	56.3
Uso de notas y bromas provocativas	530	50.9
Hacer comentarios despectivos sobre el trabajo de una persona	472	45.3
Aislar e ignorar a una persona	458	43.9
Asignaciones laborales inadecuadas	439	42.1
Retención de información	415	39.8
Advertencias injustificadas o monitoreo oculto	411	39.4
Comentarios crueles	362	34.7
Asignaciones laborales no realistas y sin sentido	339	32.5
Violencia, agresión física	42	4.0

Notas: número total de encuestados = 1 041 trabajadores.

Fuente: Instituto para Investigaciones Laborales y Familiares, 2006 - <http://www.eurofound.europa.eu/ewco/2007/09/SK0709019I.htm>

314. Algunas encuestas toman en cuenta el problema del acoso persecutorio, que generalmente se define como una conducta o acción — o una mezcla de distintas conductas y acciones — dirigidas a una persona específica, generalmente de manera reiterada o persistente y sin propósito evidente más allá de acosar a esa persona específica. Este comportamiento ocasiona un considerable malestar emocional a la víctima, asustándola y/o intimidándola.

23 GSS.

24 ICVS.

25 Italia, *Encuesta sobre seguridad ciudadana*.

26 ILO Thesaurus 2005 - <http://www.ilo.org/public/libdoc/ILO-Thesaurus/english/index.htm>.

RECUADRO 19: LISTA DE EJEMPLOS DE LOS ELEMENTOS DEL ACOSO

De acuerdo a la encuesta sobre el acoso realizada por la Universidad de Leicester,²⁷ los métodos más comunes de acoso experimentados por las víctimas pueden resumirse de la siguiente manera:

- Seguir a la víctima
- Enviar cartas/otros materiales escritos no solicitados
- Hacer llamadas telefónicas no solicitadas
- Enviar correos electrónicos no solicitados
- Enviar mensajes de texto no solicitados a los teléfonos móviles (SMS)
- Intentar comunicarse de otras maneras contra la voluntad de la víctima
- Tomar fotografías de la víctima sin su consentimiento
- Maltratar a las mascotas de la víctima
- Amenazar con causar daños a las mascotas de la víctima
- Realizar actos de vandalismo contra el hogar de la víctima
- Realizar actos de vandalismo contra el automóvil de la víctima
- Realizar actos de vandalismo contra otras pertenencias/ destruir objetos que tengan valor para la víctima
- Acosar a los familiares/amigos/vecinos/colegas de la víctima
- Agredir físicamente a la víctima
- Amenazar con agredir físicamente a la víctima
- Agredir sexualmente a la víctima
- Amenazar con agredir sexualmente a la víctima
- Acosar a los hijos de la víctima
- Amenazar con causar daños a los hijos de la víctima
- Ingresar ilegalmente al hogar de la víctima
- Hacer visitas no solicitadas al hogar de la víctima / pararse fuera del hogar de la víctima
- Hacer visitas no solicitadas al lugar de trabajo/la escuela/ universidad de la víctima / pararse fuera del lugar de trabajo/la escuela/ universidad de la víctima
- Espiar a la víctima
- Dejar artículos no deseados para que sean encontrados por la víctima
- Aparecer en lugares donde la víctima esté, aunque el agresor no haya tenido razón para estar ahí
- Enviar 'regalos' no deseados (p. ej. flores)
- Que la víctima se sienta manipulada por el agresor
- Que el agresor difunda mentiras sobre la víctima

Delitos de odio

315. La siguiente definición operativa de los delitos de odio fue desarrollada por el equipo responsable de la Encuesta Nacional Sobre Victimización Delictiva (EUA): 'Un delito de odio es una falta penal cometida contra una persona o propiedad motivada, total o parcialmente, por el sesgo del agresor contra una raza, religión, origen étnico/nacional, género, preferencia sexual o discapacidad. Esta falta es considerada un delito de odio independientemente de si la percepción del agresor sobre la víctima como miembro o simpatizante de un grupo protegido es correcta'.²⁸ En otras jurisdicciones, la noción de 'delito de odio' está definida con mayor precisión en el código penal y en su aplicación en la justicia y se le relaciona a actos específicos que están prohibidos, como la 'incitación al odio' o está enfocada en la recolección de datos con respecto a grupos de la sociedad que han sido históricamente vulnerables.

316. En Inglaterra y Gales, la policía, desde el Informe MacPherson de 1999²⁹ ha usado una definición fuerte, centrada en la víctima, para los 'incidentes racistas' la cual dice — 'cualquier incidente que sea percibido como racista por la víctima o por cualquier otra persona'. Esta definición centrada en la víctima es útil para ser empleada en el contexto de las encuestas para víctimas, ya que se enfoca en la percepción de la víctima de un incidente como 'racista' (ya que la motivación del agresor suele ser difícil de valorar).

317. Hay una tendencia creciente a reconocer el odio como un motivo para cometer delitos. Al mismo tiempo, el concepto de 'delito de odio' está adquiriendo reconocimiento público en algunos países. Por esta razón, algunas encuestas preguntan a sus encuestados si tienen razones para creer que el (los) incidente(s) del que fueron víctimas fue motivado por prejuicios contra sus creencias o características personales o su religión. Como resultado, se puede pedir a los encuestados que indiquen detalles sobre lo ocurrido y lo que les hizo sentirse víctimas de un delito de odio. Por ejemplo, la encuesta NCVS de

²⁷ University of Leicester, Online survey, Lorraine Sheridan - <http://www.le.ac.uk/pc/aa/stalking/index.html>.

²⁸ Meredith Lee, Denise Lewis, Melinda Crowley, Elaine Hock, Christopher J. Laskey, Colin Loftin, Wayne Logan, y Lynn Addington, 'Developing Hate Crime Questions for the National Crime Victimization Survey', Documento presentado en la 54 Conferencia Anual de la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública, 1999. Disponible en el sitio web de la Asociación Estadística Americana <https://www.amstat.org/sections/srms/Proceedings/>.

²⁹ MacPherson, W. (1999) *The Stephen Lawrence Inquiry*, informe de una investigación de Sir William MacPherson, Londres: HM Stationery Office.

Estados Unidos ofrece una lista de preguntas adicionales que describen circunstancias/escenarios que tienen la intención de ayudar al encuestado a recordar detalles de lo que les sucedió y que pueden ayudar a calificarlo como incidente motivado por el odio. Ello puede incluir el uso de ciertas palabras negativas o la exhibición de ciertos símbolos de odio, o si el incidente sucedió cerca de algún día feriado o una fecha específica que tenga algún significado para el grupo ofendido.

RECUADRO 20: PREGUNTAS SOBRE LOS 'DELITOS DE ODIO' CON RESPECTO A LOS MIGRANTES Y LAS MINORÍAS ÉTNICAS

En una encuesta realizada en toda la Unión Europea sobre las experiencias de discriminación y victimización delictiva de grupos escogidos de migrantes y minorías étnicas dirigida por la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (FRA) — la Encuesta sobre las minorías y la discriminación en la Unión Europea (EU-MIDIS) — se realizaron las siguientes preguntas a los encuestados con respecto a cinco tipos de delito:

¿Usted considera que este incidente o cualquier incidente similar a este, de los últimos 12 meses, ocurrieron, total o parcialmente, por su perfil de migrante/minoritario? [EU-MIDIS]

Al inicio de la encuesta, se pedía a los encuestados que se auto-identificaran como parte de un grupo migrante o minoritario particular; con una serie de preguntas que precedían a las preguntas sobre victimización delictiva, habiendo presentado el concepto de tratamiento discriminatorio en el acceso a los bienes y servicios con base al perfil minoritario del encuestado.

Además, con respecto a los delitos de agresión, amenazas y acoso, una pregunta específica a las mujeres fue:

¿Usted considera que [este incidente o cualquiera de estos incidentes] de los últimos 12 meses ocurrió, total o parcialmente, debido a que usted es mujer? [EU-MIDIS]

Se preguntó lo siguiente a los encuestados para establecer con mayor claridad si existían evidencias que indicaran un motivo 'racista' de parte del perpetrador/es:

[Con respecto al último incidente] ¿Se uso lenguaje racista o religiosamente ofensivo? [EU-MIDIS]

Delitos sexuales

318. Entre las distintas formas de victimización, los incidentes con motivación sexual tienen un papel prominente. Estos delitos incluyen una amplia gama de acciones físicas y psicológicamente agresivas que involucran contacto sexual no deseado entre la víctima y el agresor. En cuanto a las agresiones generales, aunque la ausencia del contacto físico puede dar la impresión de un delito menos grave, las amenazas son importantes porque a través de ellas el agresor puede orillar a la víctima a consentir al comportamiento que normalmente no aceptaría. Debido a su naturaleza delicada, las preguntas relacionadas con los delitos sexuales requieren que se provea capacitación específica a los entrevistadores y que se preste especial atención a su redacción y contextualización. Este comportamiento con frecuencia involucra un agresor masculino y una víctima femenina. Por esta razón, las encuestas para víctimas deben prestar especial atención a la determinación de si las distintas formas de agresión tienen una motivación sexual o no. Las preguntas sobre los delitos sexuales pueden implicar sentimientos de vergüenza para los encuestados, así que se debe insertar una advertencia especial antes de que comience la sección pertinente del cuestionario. Esto se refleja en las instrucciones para los entrevistadores y en palabras tranquilizadoras que precedan o sigan a la pregunta (por ejemplo 'Existen algunas preguntas que pueden ser difíciles de responder, por favor tómese el tiempo que necesite').

319. De acuerdo con los hallazgos de varias encuestas, aproximadamente una de cada cuatro mujeres que experimentan violencia es víctima de violencia sexual, mientras que en el caso de los hombres es uno de cada diez.³⁰ Ello justifica un curso independiente en las entrevistas para los incidentes sexuales y otras agresiones personales (sin motivación) sexual. La mayoría de las encuestas incluidas en el inventario de la ONUDD-CEE incluyen preguntas específicas sobre los delitos sexuales, que frecuentemente serán usadas exclusivamente con las mujeres encuestadas en la muestra. Apenas recientemente algunos países han comenzado a abordar preguntas sobre victimización sexual para los hombres encuestados. Anteriormente incluir la victimización sexual de los hombres en una encuesta podría haber ocasionado una pérdida de credibilidad para la investigación, por no considerársele seria. La pregunta de filtro puede ser muy amplia, como por ejemplo en la encuesta ICVS ('La gente a veces agarra, toca o agrede a los demás por razones sexuales de manera realmente ofensiva. Esto puede ocurrir en el hogar o en algún otro lugar, por ejemplo en un bar, en la calle, en la escuela, en el transporte público, en los cines, en la playa o en el lugar del trabajo. ¿[Durante el periodo de referencia] alguien le ha hecho algo

³⁰ Consultar, por ejemplo, el Centro Nacional Estadounidense para las Víctimas del Delito.

así a usted? Por favor tómese tiempo para pensarlo'), y luego trata de establecer lo que sucedió en realidad con preguntas de seguimiento.

320. Dependiendo del ambiente cultural y lo delicado del contexto, un filtro tan amplio puede capturar incidentes de mayor o menor gravedad. Por ejemplo, en las áreas en las que las mujeres sienten mayor libertad para hablar de esas cuestiones puede existir un alto número de reportes de incidentes sexuales/acoso sexual. Sin embargo, los incidentes de naturaleza menos grave son distintos a la agresión sexual, en particular de la violación y del intento de violación, y el cuestionario debe lograr una clara distinción entre ambos.

321. La agresión sexual puede entenderse como la agresión física con motivación sexual. Por ejemplo, la encuesta NCVS de Estados Unidos cubre este aspecto de la victimización haciendo una pregunta directa: 'Suele ser difícil hablar de los incidentes que involucran actos sexuales forzados o no deseados. [Aparte de los incidentes ya mencionados,] ¿ha sido forzada u coaccionada a participar en actividad sexual no deseada por (a) Una persona que no conocía; (b) Un conocido casual; (c) Una persona que conoce bien?'³¹ Se exploran detalles del incidente por medio de preguntas de seguimiento que utilizan lenguaje neutral/legal, asumiendo que la víctima está consciente de lo que le sucedió y ha tenido oportunidad de asimilar el incidente y definirlo de alguna manera. Sin embargo, si la víctima describe lo que sucedió como violación, se le instruye al entrevistador que realice una pregunta de seguimiento ('¿Se refiere a un intercambio sexual forzado o coaccionado?') para asegurarse de que la víctima de verdad sepa a lo que se refiere.

322. Otra opción, especialmente en el caso de las encuestas dedicadas a la violencia contra las mujeres, es usar una redacción muy técnica y detallada que describa exactamente lo que sucedió. Ello puede ser considerado más apropiado en el caso de las encuestas que tengan un enfoque particular en la victimización personal que en las encuestas a la población general. Por ejemplo, las encuestas especializadas sobre la violación contienen preguntas de filtro que buscan establecer si la víctima fue violada, que usan lenguaje médico/gráfico muy explícito.³²

31 US NCVS.

32 http://www.cdc.gov/ncipc/dvp/Compendium/Measuring_IPV_Victimization_and_Perpetration.htm.

RECUADRO 21: TRABAJOS EN CURSO PARA EL DESARROLLO DE UN CONJUNTO INTERNACIONAL DE INDICADORES SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

El 19 de diciembre de 2006, la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó sin votación una resolución titulada 'Intensificación de los esfuerzos para eliminar todas las formas de violencia contra la mujer' (A/RES/61/143). Esta resolución solicita que la Comisión Estadística desarrolle y proponga, consultando a la Comisión de la Condición Jurídica y Social de la Mujer, y retomando el trabajo de la Relatora Especial sobre la violencia contra la mujer, sus causas y consecuencias, un conjunto de posibles indicadores sobre la violencia contra la mujer para ayudar a los Estados Miembro a evaluar el alcance, la prevalencia y la incidencia de la violencia contra la mujer.

Para atender la solicitud de la Asamblea General de la ONU, un Grupo de Expertos de Naciones Unidas³³ (EGM, por sus siglas en inglés) comenzó a trabajar en el área e identificó el primer núcleo de indicadores a ser usados como base para un conjunto internacional exhaustivo. El EGM revisó las iniciativas existentes sobre los indicadores que buscan medir la violencia contra la mujer, los criterios establecidos para definir los indicadores e identificó los principales problemas metodológicos relacionados con dichos indicadores, entre ellos:

- **Prevalencia e incidentes.** La prevalencia y los incidentes son maneras distintas de medir el grado de violencia (consultar el capítulo sobre prevalencia e incidencia). Al medir el grado de violencia contra la mujer durante una vida (o la etapa adulta de una vida), se suele preferir el concepto de prevalencia al de incidentes, ya que es poco probable que exista un recuerdo preciso de todos los incidentes de un periodo tan largo. El grupo destacó que el uso de las tasas de prevalencia corre el riesgo de representar inadecuadamente las distintas experiencias de las mujeres y los hombres con la violencia. Las tasas de prevalencia únicamente pueden decir que el número de hombres y mujeres que experimentan violencia puede no ser muy distinto. Se ha sugerido que las diferencias de género de la victimización reiterada y múltiple, y su impacto, pueden medirse mejor examinando el número de incidentes o las consecuencias de la violencia.
- **Gravedad e impacto.** Además de la prevalencia/los incidentes, la violencia contra la mujer puede medirse por su gravedad e impacto, frecuentemente en categorías como: la naturaleza de la acción; su frecuencia; y si hubo lesiones, y de ser así, su gravedad.
- **El periodo.** Se han usado principalmente dos periodos para medir el grado de violencia contra la mujer: a lo largo de la vida y a lo largo de un periodo reciente. Las mediciones vitalicias son importantes para establecer el grado del problema, y con fines de concientización y defensa. Esta medición es particularmente pertinente a aquellas formas de violencia contra la mujer que ocurren una única vez en la vida, o que es poco probable que sucedan más de una vez en la vida. La mayor parte de la recolección de datos en

otras áreas relacionadas con la elaboración de políticas se basa en un periodo de un año, y las tendencias pueden monitorizarse con mayor facilidad usando la prevalencia en el último año.

Tras el EGM, la Comisión Estadística de las Naciones Unidas estableció el 'Grupo de Amigos del Presidente de la Comisión de Estadística sobre indicadores de violencia contra las mujeres' (FoC) para producir el conjunto final de indicadores. Al momento de la conclusión del presente Manual, el grupo FoC ha producido su primer informe interino evaluando los indicadores iniciales sugeridos por el EGM³⁴ desde una perspectiva estadística.

La lista actualizada propuesta por el grupo incluye los siguientes indicadores básicos:

- *Índice total y por edad de mujeres sujetas a violencia física en los últimos doce meses, por gravedad de la violencia, relación con el perpetrador(es) y frecuencia.*
- *Índice total y por edad de mujeres sujetas a violencia física a lo largo de su vida, por gravedad de la violencia, relación con el perpetrador(es) y frecuencia.*
- *Índice total y por edad de las mujeres sujetas a violencia sexual en los últimos doce meses, por relación con el perpetrador(es) y frecuencia.*
- *Índice total y por edad de las mujeres sujetas a violencia sexual durante su vida por relación con el perpetrador(es) y frecuencia.*
- *Índice total y por edad de mujeres sujetas a violencia sexual o física por su pareja actual o anterior en los últimos doce meses, por frecuencia.*
- *Índice total y por edad de mujeres sujetas a violencia sexual o física por su pareja actual o anterior a lo largo de su vida, por frecuencia.*

El EGM incluyó dos indicadores adicionales que el FoC recomendó que fueran evaluados más a fondo antes de ser considerados de relevancia universal:

- *El porcentaje de mujeres (del número total de mujeres) sujetas a mutilación/cortes genitales.*
- *El porcentaje de mujeres (del número total de mujeres) cuya edad de matrimonio es menor a 18 años.*

Tanto el EGM como el grupo FoC reconocieron que los indicadores antes identificados son sólo el paso inicial para el desarrollo de un conjunto mucho más exhaustivo de indicadores que midan todas las formas de violencia. Ambos recomendaron realizar más investigaciones sobre la metodología y las definiciones relacionadas con otras formas de violencia, entre ellas: violencia psicológica y económica, acoso, violencia física y sexual en la infancia, matrimonio forzoso, discriminación y violencia económica en el trabajo, tráfico de mujeres, impacto de los incidentes de violencia sexual contra la mujer sobre las enfermedades de transmisión sexual (STD) y el VIH/SIDA.

33 Reunión del Grupo de Expertos de las Naciones Unidas sobre Indicadores para Medir la Violencia contra la Mujer, organizada por la División de las Naciones Unidas para el Adelanto de la mujer, CEE, y UNSD en colaboración con UNECA, UNECLAC, UNESCAP y ESCWA, 8 al 10 de octubre de 2007, Ginebra. Los documentos y el informe de la reunión pueden encontrarse en: <http://www.unecce.org/stats/documents/2007.10.gender.htm>.

34 <http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2009.htm>.

Fraude

323. Desde una perspectiva legal, cabe destacar que, en la mayoría de los países, las leyes limitan el 'fraude' a los casos en los que la víctima sufrió pérdidas financieras. Sin embargo, la palabra 'fraude' también es usada normalmente para describir conductas que involucran el uso de la deshonestidad o el engaño, pero no necesariamente una pérdida o beneficio financiero o material de otro tipo. Desde la perspectiva de las encuestas para víctimas, los tipos de fraude más relevantes son los que afectan a las personas y los hogares, como el fraude al consumidor, el fraude con tarjetas de crédito y el robo de la identidad. La Comisión Federal del Comercio de Estados Unidos conduce una encuesta dedicada al fraude al consumidor entre la población³⁵ abordando una amplia gama de incidentes. Las encuestas para víctimas de muchos países incluyen preguntas sobre este tipo de incidentes.

Robo de la identidad

324. El robo de la identidad ocurre en los casos en que un agresor roba y/o usa información sobre la identidad de otra persona, generalmente en busca de obtener ganancias financieras o para proveerse de credenciales falsas. Este tipo de delito se cruza con el fraude con tarjetas de crédito, ya que el agresor frecuentemente usa la información de la tarjeta de crédito para cometer el delito, y también con el fraude/estafas al consumidor. Dicha información puede ser utilizada para obtener crédito (frecuentemente para abrir cuentas de banco), bienes y servicios a nombre de la víctima. Se pueden incluir dos tipos de delitos en esta categoría, es decir, el robo en sí de la información o documentos de identidad (el 'robo de la identidad' en sí), y el uso de dicha identidad para engañar a otros ('fraude de identidad').³⁶ Aunque asumir la personalidad de otra persona siempre ha sido un medio ilegal para obtener ventajas económicas y prácticas, este tipo de delito se ha vuelto mucho más frecuente por el uso de Internet, especialmente a través del robo de datos (*phishing*). El robo de datos (*Phishing*) es una estafa en la cual se busca engañar usuarios de Internet y destinatarios de correos electrónicos para que divulguen el número de su tarjeta de crédito, la información de su cuenta bancaria, sus contraseñas y otras informaciones delicadas. Una forma muy conocida de robo de datos es la conocida como la estafa 419, que recibió su nombre del artículo correspondiente del código penal de Nigeria, y consiste en recibir correos electrónicos de personas de Nigeria que solicitan al destinatario que los ayude a sacar dinero de África. Las encuestas que incluyen preguntas sobre el robo de la identidad pueden enfrentar varios problemas, incluyendo la probabilidad de que las víctimas se muestren reacias a admitir que han sido engañadas. Las preguntas deben ser formuladas de manera que se describa adecuadamente lo que se mide y de ser posible se mida la experiencia directa y no impresiones. Por ejemplo, la pregunta usada por el Eurobarómetro en 2006 únicamente se ocupaba de las impresiones.³⁷ En primer lugar, puede ser conveniente que la encuesta esclarezca la manera en que la víctima se dio cuenta del robo de la información personal. Como siguiente paso, se puede sondear lo que sucedió exactamente. Un ejemplo de la inclusión de cuestiones sobre el robo de la identidad en una encuesta para víctimas en hogares lo dio la encuesta NCVS de Estados Unidos (2004), que cubrió los robos de tarjetas de crédito, los robos a cuentas existentes, el mal uso de la información personal y múltiples tipos simultáneamente.³⁸

Fraudes/estafas al consumidor

325. La conciencia de los consumidores sobre sus derechos implica que esperen, por ejemplo, que un producto o servicio se desempeñe de la manera que fue anunciada. Los ciudadanos pueden sentirse engañados si no se respetan sus derechos como consumidores o si tienen que pagar demasiado por un mal servicio. En esos casos, se llaman a sí mismos víctimas de 'fraude al consumidor'. El inventario de la ONUDD-CEE encontró que en 20 de 58 encuestas aparecían preguntas sobre este tipo de incidente. En muchos casos la redacción de la pregunta era igual a la de la ICVS, es decir, '¿durante el último año, [en...], fue usted víctima of a fraude al consumidor? En otras palabras, ¿ha habido alguna persona — al venderle algo o proveerle un servicio — que lo haya engañado en términos de calidad o cantidad de los bienes o servicios?'. Posteriores sondeos sobre este tipo de incidente pueden incluir preguntas sobre el tipo de producto servicio involucrado en la transacción.

35 <http://www.ftc.gov/opa/2007/10/fraud.shtm>.

36 Comisión de las Naciones Unidas sobre la Prevención del Delito y la Justicia Penal — Los resultados de la segunda reunión del Grupo Intergubernamental de Expertos encargado de preparar un estudio sobre el fraude y la falsificación de identidad y su uso indebido con fines delictivos — Informe del Secretario General. E/CN.15/2007/8. <http://daccess-ods.un.org/access.nsf/Get?OpenAgent&DS=E/CN.15/2007/8&Lang=E>.

37 'El fraude con la identidad es el acto de robar la identidad de una persona para actividades ilegales (por ejemplo, el uso ilegal de datos bancarios o datos personales del seguro social). En su opinión, ¿este problema del fraude con la identidad está muy difundido, bastante difundido, es poco común o muy poco común en (el país del encuestado)?' Eurobarómetro Especial 264/ Wave 65.4 - 'The role of the European Union in fighting against organised crime', 2006. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_264_en.pdf.

38 <http://www.ojp.usdoj.gov/bjs/abstract/it04.htm>.

Delitos con tarjetas de crédito

326. El uso fraudulento de tarjetas de crédito es muy frecuente y cada vez se vuelve una molestia mayor para los ciudadanos. Existen varios tipos de fraude relacionados con las tarjetas de crédito. El primero es el uso de parte del agresor de tarjetas perdidas y robadas, es decir, la tarjeta es extraviada o robada físicamente a la víctima, luego es usada por el agresor, quien la tiene en su posesión. Los agresores también pueden falsificar tarjetas clonándolas o codificándolas sin permiso. En esos tipos de delito, se extraen los datos presentes en la banda magnética de la tarjeta de crédito y son ‘clonados’ o reproducidos en una copia ilegal de la tarjeta, la cual es usada por el agresor para realizar compras que se cobran al propietario legítimo de la tarjeta. Un tercer tipo es el fraude sin presencia de la tarjeta (CNP, por sus siglas en inglés) en el cual el agresor usa los detalles de la tarjeta obtenidos de maneras triviales (como a través de recibos desechados o copiando los números durante una transacción) para comprar artículos, principalmente por Internet, por teléfono, fax y por pedido postal. Las preguntas de las encuestas sobre delitos con tarjetas de crédito pueden requerir varias capas de filtro para contextualizar el incidente e identificar en cuál de las categorías anteriores caería. Además, la comprensión de la pregunta puede depender del uso local de las tarjetas de crédito/débito.

Corrupción

327. Casi una quinta parte de las encuestas del inventario de la ONUDD-CEE incluyen preguntas sobre los sobornos/corrupción. El interés en evaluar y calcular el impacto de la corrupción es muy elevado. Se han realizado varios intentos de medir la corrupción en las encuestas para víctimas, iniciando con la premisa de que en la mayoría de las jurisdicciones la corrupción es un delito y los ciudadanos son sus víctimas. Siendo un delito, la corrupción comparte los mismos problemas en la recolección de datos y la metodología de los demás comportamientos ilícitos. Como en el área del delito general, las encuestas (de la población general, las empresas y/o grupos especiales de encuestados) pueden ofrecer detalles importantes sobre la prevalencia del fenómeno. Sin embargo, cabe destacar que muchas encuestas de opinión pública abordan la cuestión de la corrupción desde la perspectiva de la percepción. Ello genera un tipo distinto de información, que también podría ser capturada — como referencia y control — por medio de una encuesta de victimización. En este aspecto, las encuestas pueden incluir preguntas sobre el grado percibido de corrupción, las categorías de empleados públicos que tienden a recibir sobornos, etc. El análisis de las respuestas a dichas preguntas, comparadas con aquellas sobre la experiencia real de la corrupción pueden ofrecer información útil sobre el nivel de la brecha que existe entre ambas mediciones. Las preguntas sobre la corrupción percibida suelen formularse en lenguaje común, por lo tanto suele obtenerse una respuesta (percepción) de los entrevistados. Ello tiene la ventaja de que una pequeña muestra pueda aún producir una base de datos considerable. Por otro lado, estas preguntas suelen ser susceptibles de ser ambiguas, inducir respuestas y/o a ser sesgadas. Esto representa un grave obstáculo a la validez de lo que puede ser legítimamente deducido de los datos obtenidos, especialmente cuando se les usa en distintos contextos culturales.

328. La experiencia de la corrupción como delito puede ser abordada en las encuestas con preguntas que busquen medir la prevalencia del pago de sobornos entre la población encuestada. La siguiente es un ejemplo de una pregunta sobre corrupción:

‘En algunas áreas existe un problema con la corrupción entre los funcionarios gubernamentales o públicos. Durante [el periodo de referencia] ¿algún funcionario gubernamental, por ejemplo, un funcionario aduanal, policía o inspector [de su país], le ha pedido o esperado que usted pague un soborno por sus servicios?’³⁹

329. En general, entre más larga y detallada sea la pregunta, más precisa será la respuesta. Por supuesto, ello puede generar limitantes a lo que puede deducirse, pero éstas tenderán a ser menos susceptibles a los distintos contextos culturales. Con preguntas de seguimiento se podría pedir a las víctimas que indiquen el sector específico de la administración pública en el que se hizo la solicitud. Sin embargo, cabe esperar que se reporten muy pocos casos a la encuesta, por lo tanto la oportunidad de incluir cualquier pregunta de seguimiento en el cuestionario debe ser considerada cuidadosamente desde la perspectiva del tiempo y el costo.

330. Cabe destacar que el abordar la corrupción en las encuestas para víctimas puede verse afectado por el ambiente cultural y social de los distintos países donde los niveles de tolerancia del fenómeno, independientemente de la legislación existente, puede ser mayor o menor. Como consecuencia, los ciudadanos pueden considerar los sobornos y la corrupción como comportamientos más o menos aceptables en la vida cotidiana y tener mayor o menor disposición a reconocer que tienen cualquier grado de expe-

39 ICVS.

riencia con ella. Más aún, la experiencia del pago de un soborno puede ocasionar el sufrimiento de una pérdida o el gozo de un privilegio, por lo mismo podría ser que no todos los encuestados consideren la corrupción como una forma de victimización. También es difícil evaluar si la mayor conciencia y estigmatización de la corrupción en un país daría lugar a una mejor disposición a ofrecer respuestas abiertas a dichas encuestas, o si en verdad es el caso contrario.

331. Se incluyó una pregunta sobre la experiencia con la corrupción en un *Eurobarómetro*⁴⁰ especial, en el cual la pregunta usada fue: ‘En los últimos 12 meses, ¿ha habido alguien de (NUESTRO PAÍS) que le haya pedido o que haya esperado que usted pagara un soborno por sus servicios?’.

Exposición a drogas ilegales

332. Nueve encuestas del inventario de la ONUDD-CEE incluyen preguntas sobre la exposición a drogas ilegales. Dado que este no es un tipo de delito/victimización muy claro, las definiciones varían de una encuesta a otra y van del simple contacto con problemas relacionados con las drogas hasta la experiencia directa de haber recibido ofrecimientos o haber usado drogas. En la primera categoría, la pregunta más frecuente fue tomada de las dos ediciones especiales del Eurobarómetro,⁴¹ y dice ‘En los últimos 12 meses, ¿con qué frecuencia estuvo personalmente en contacto con problemas relacionados con las drogas en el área donde vive? Por ejemplo, ver personas comerciando, tomando o usando drogas en espacios públicos o encontrar jeringas abandonadas por adictos. ¿A menudo, a veces, casi nunca o nunca?’. Esta pregunta también ha sido incluida en encuestas que siguen el diseño de la ICVS y tiene la ventaja — en países de la UE — de que existe disponibilidad de datos históricos. Con respecto al uso de drogas ilegales, la BCS ha incluido este tema en una parte del cuestionario destinado a ser llenado directamente por el entrevistado con la intención de calcular la prevalencia del uso de varios tipos de drogas.

Entre los ejemplos de otras formas de victimización incluidas en las encuestas en hogares, si son relevantes para el país

Robo de ganado

333. El robo de ganado vacuno o de otro tipo es muy frecuente en las áreas rurales y representa un problema para la gran parte de la población rural. La pérdida financiera puede ir del hurto de uno o dos animales de patio a la abducción de ganado en números considerables. Las encuestas dirigidas a áreas rurales deben tomar en cuenta el impacto de este tipo de victimización y posiblemente incluir preguntas que tengan el objetivo de capturar su prevalencia.

Incendios provocados

334. Se puede considerar que la experiencia de haber sido víctima de un incendio provocado o de la destrucción de una vivienda merece ser incluida en algunas encuestas. Esta puede verse como una modificación y especificación de las preguntas sobre vandalismo.

Secuestro a cambio de recompensa

335. El secuestro, es decir, capturar y/o retener a una persona como rehén y solicitar dinero para su liberación es, desgraciadamente, tan frecuente en algunos países, que se incluye en las encuestas para víctimas. Este es el caso en particular del llamado ‘secuestro exprés’, frecuente en América Latina, en el que los agresores exigen una recompensa pequeña que la familia de la víctima puede pagar con relativa facilidad y rapidez. La *Encuesta de victimización y percepción de la seguridad pública a nivel nacional de México*⁴² incluyó preguntas sobre las experiencias con el secuestro.

Secuestro de autos

336. El robo de un auto (o cualquier vehículo motorizado) normalmente sucede cuando el auto está descuidado. En algunos países también puede ocurrir cuando el vehículo está detenido. Normalmente el secuestrador está armado y se le obliga al conductor a salir del auto a punta de pistola. Este tipo de delito ocurre en algunos países con una frecuencia tal que justifica su inclusión en las encuestas para víctimas. La *Encuesta nacional para víctimas* realizada en Sudáfrica en 1998 incluyó preguntas sobre el secuestro y los intentos de secuestro de autos.⁴³

40 Eurobarómetro Especial 245 / Wave 64.3 (Nov-Dec 2005) sobre Opiniones sobre la corrupción organizada, y transfronteriza, http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_245_sum_en.pdf.

41 Opinión Pública sobre la Seguridad y la Victimización en la UE — *Contacto con los problemas relacionados con las drogas* — Encuestas del Eurobarómetro núm. 44.3 (1996) y 54.1 (2000) http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_145_100.pdf.

42 INEGI, <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx>

43 Statistics South Africa; Víctimas del delito, 1998. <http://www.statssa.gov.za/publications/statsdownload.asp?PPN=P0341&SCH=798>.

Atestiguación de la violencia

337. Estar expuesto a la violencia y el abuso físico, aun sin haber sido su víctima, puede ser considerado como una forma grave de victimización. Por ejemplo, la de Australia incluye la siguiente pregunta: ‘¿Alguno de los siguientes ha sido un problema para usted o alguien cercano a usted durante los últimos 12 meses? 1) Problemas relacionados con el alcohol o las drogas. 2) Atestiguación de violencia. 3) Abuso o delitos violentos 4) Problemas con la policía.’ Esto puede aplicarse incluso al homicidio. En algunos países, se ha considerado importante incluir una pregunta específica sobre el haber atestiguado el asesinato de alguien cercano. En encuestas sobre la violencia contra la mujer, por ejemplo, se ha preguntado a los encuestados si hubo niños que atestiguaran la violencia y/o si los niños fueron victimizados directamente. De igual manera, las encuestas sobre la victimización de los niños preguntan a los niños directamente si han atestiguado violencia en su hogar o en algún otro lugar.

F. Seguimiento para las víctimas*Denuncia a la policía*

338. Una parte fundamental del cuestionario de las encuestas de victimización delictiva se ocupa del tema de las denuncias a la policía. Esta parte del cuestionario es crucial para establecer si el incidente reportado a la encuesta fue denunciado a las autoridades competentes como delito. En la mayoría de los casos, las víctimas del delito tienen que decidir si lo denuncian o no a la policía. Esta decisión atraviesa varios pasos, por ejemplo: a) establecer si fue de hecho un delito; b) decidir si denunciarlo o no a la policía; c) tener los medios para contactar a la policía; d) hacer que la policía reciba y escuche la denuncia. Dependiendo del propósito de la encuesta, podría ser conveniente que el cuestionario explore este proceso con mayor o menor profundidad. La mayoría de las encuestas analizan las razones para hacer o no la denuncia ante la policía. Más aún, se les puede preguntar a las víctimas si quedaron satisfechas con la manera en que la policía se ocupó de su denuncia y de la ayuda recibida. Puede ser relevante saber quién notificó a la policía y por qué medios. Por ejemplo, los adultos pueden actuar a nombre de sus dependientes. También los familiares, amigos, vecinos y los contratantes pueden notificar a la policía a nombre de la víctima. En algunos países se puede notificar a la policía por escrito, por teléfono o por Internet, mientras que en otras se exige que la víctima o el denunciante lo haga en persona.

339. Es importante considerar que cualquier intento de cotejar los datos de las encuestas para víctimas con los registros de la policía repasen esta sección del cuestionario. Las encuestas para víctimas que prevén la comparación con los datos de la policía pueden poner un énfasis particular en esta parte del cuestionario.

Relación entre la víctima y la policía

340. Los ciudadanos que hayan experimentado el delito como víctimas pueden tener una imagen de la policía diferente a la de los demás ciudadanos. Las víctimas o los testigos del delito pueden llamar a la policía para recibir ayuda. Algunas encuestas preguntan sobre la calidad del servicio provisto por el número de emergencia, o sobre el tiempo de respuesta, es decir, cuánto tiempo le tomó a la policía reaccionar ante una llamada de emergencia. La mayoría de las encuestas le preguntan a las víctimas si denunciaron el delito o no. Ello es esencial para comprender las diferencias entre las mediciones de la policía y las encuestas sobre el delito. También puede ser un indicador de la relación entre la policía y el público. Sin embargo, existen muchas razones por las que la gente no denuncia los incidentes a la policía y algunas de ellas pueden no ser señal de un mal servicio o falta de confianza en la policía. En muchos casos los delitos permanecen sin denunciar porque la víctima no siente que fue lo suficientemente grave para justificar acciones de la policía, o porque siente que puede manejar el incidente de otra manera. Es importante para las encuestas identificar el rango de razones por las cuales los delitos se quedan sin denunciar.

341. Al nivel de los individuos, se han identificado varias razones para no hacer la denuncia, incluyendo aquellas relacionadas con el perfil de la víctima, el miedo a la venganza de parte del agresor, así como de los obstáculos prácticos entre la víctima y la policía (la distancia a la estación de policía, problemas de idioma, la falta de disposición de las víctimas a acercarse a la policía y — en algunos casos extremos — porque los policías son los agresores). Además, especialmente en el caso de los delitos violentos y sexuales, las víctimas pueden sentir vergüenza, pena y temor de que la policía no les crea.

342. Los patrones de denuncia también varían de un país a otro, por lo tanto el monto de la ‘cifra oscura’ (el número calculado de casos sin denunciar) tiende a diferir de un país a otro. En algunos casos, la presencia de mecanismos alternativos para la resolución de disputas, como un juez de paz o líderes tradicionales, puede desviar a las víctimas de un acercamiento formal a la policía.

Servicios de apoyo para las víctimas

343. En algunos países las encuestas pueden preguntar a los entrevistados que han sido víctimas si conocen la existencia de servicios de apoyo para víctimas y si han tenido la oportunidad de usarlos. Dependiendo de la disponibilidad de esos servicios, se les puede mencionar en las preguntas por nombre o haciendo una referencia general a los ‘servicios de apoyo para víctimas’.

RECUADRO 22: EJEMPLO DE PREGUNTAS DE SEGUIMIENTO PARA LAS VÍCTIMAS DE AGRESIÓN FÍSICA (IRLANDA)

Agresión física

Q. En los últimos 12 meses, ¿ha habido alguien que lo(a) haya atacado físicamente?

1. Sí
2. No

Q1. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

¿Con qué frecuencia ocurrió (en los últimos 12 meses)?

1. una vez
2. dos veces
3. tres veces
4. cuatro veces
5. cinco veces o más

Q2. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

(Sobre el último incidente), ¿recuerda en qué mes ocurrió? —

Q3. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

(Sobre el último incidente), ocurrió:

1. en su hogar
2. cerca de su hogar
3. en el trabajo
4. cerca del lugar de trabajo
5. en la escuela/universidad
6. cerca de la escuela/universidad
7. en un bar/discoteca cercano
8. en/cerca de otro espacio público (área comercial, iglesia, etc.)
9. en otro lugar

Q4. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

¿El agresor usó o amenazó con usar un arma?

1. Sí
2. No

Q5. Si P4= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 1 meses)

Fue:

1. un cuchillo
2. una pistola/rifle
3. una jeringa o aguja
4. un palo o un tubo

5. una botella/vidrio

6. otra

Q6. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

¿Resultó herido(a) físicamente?

1. Sí
2. No

Q7. Si P6= 1 (Si el encuestado fue herido físicamente en una agresión armada)

¿Qué tipo de tratamiento, si aplica, requirieron sus heridas?

1. cortes/magulladuras que no requirieron atención médica
2. visita a un doctor/GP
3. requerí tratamiento médico, pero sin ser internado
4. las heridas requirieron una estancia de una noche en el hospital
5. hospitalización mayor a una noche

Q8. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

(Sobre el último incidente), ¿fue denunciado a Gardai (*policía*)?

1. Sí
2. No

Q9. Si P8=2 (si la agresión no fue notificada a Gardai)

¿Cuál fue la principal razón para no denunciar el incidente a Gardai?

1. no fue suficientemente grave/no hubo pérdidas
2. lo solucioné yo mismo(a) (conocía al perpetrador/ladrón)
3. lo denuncié a otras autoridades
4. no se espera un reclamo del seguro/no se puede reclamar el seguro
5. consideré que Gardai no podía hacer nada/falta de pruebas
6. consideré que Gardai no haría nada al respecto
7. no quise involucrar a Gardai
8. miedo a las represalias
9. otras razones

Asesoría

Q10. Si P= 1 (Si el encuestado fue agredido físicamente en los últimos 12 meses)

Como resultado de algún incidente que haya mencionado, ¿ha recibido algún tipo de asesoría profesional o de un grupo de apoyo?

1. Sí
2. No

Fuente: Módulo sobre delito y victimización, Encuesta trimestral en hogares, 4° trimestre de 2003, Oficina Estadística Central, Irlanda (modificada por la ONUDD).

Contexto de la victimización

344. Además de los filtros para establecer la prevalencia de la victimización, se les preguntará a los encuestados que han sido víctimas sobre el impacto del delito. Dado que esta área del cuestionario se ocupa de percepciones y actitudes del conjunto de encuestados que han sido víctimas de un delito, se debe tomar en cuenta que el número de encuestados dependerá de cuántos fueron víctimas de cada tipo específico de delito. Particularmente, al decidir el tamaño de la muestra, los organizadores de la encuesta deben considerar que el número de víctimas podría ser pequeño. Es importante garantizar que la base del análisis de las respuestas a las preguntas de esta sección no sea demasiado pequeña para que arroje indicadores confiables.

345. Las preguntas de esta sección buscarán ofrecer más detalles sobre el contexto del incidente como, por ejemplo, dónde ocurrió, cuándo, cuántas veces, a qué hora, cuántos agresores estuvieron involucrados y si eran conocidos de la víctima. Con otras preguntas se puede evaluar la gravedad de la falta, por ejemplo, preguntando si se usaron armas y si la víctima fue herida físicamente. Por último, un componente importante del cuestionario abordará la denuncia de las víctimas a la policía y sus experiencias.

Victimización en el extranjero

346. Las preguntas sobre las experiencias de victimización generalmente ofrecen a los encuestados la opción de indicar si el incidente ocurrió en el extranjero, es decir, en un país distinto a aquel donde reside y donde se conduce la encuesta. Aunque esto pueda pasar con relativamente poca frecuencia, la información relevante debe ser tomada en cuenta al analizar los resultados. Los incidentes que ocurrieron en el exterior no pueden ser contados en el índice de prevalencia atribuible al lugar de la entrevista. Por ejemplo, durante el periodo de referencia el encuestado puede haber estado de vacaciones en el extranjero y ser víctima de un asalto. Este incidente de asalto no debe sumarse al número de incidentes que ocurrieron en el lugar de la encuesta. Hay encuestas especializadas sobre victimización dirigidas a los turistas que se realizan en los sitios turísticos populares. No obstante, debido a las consecuencias del delito que pueden afectar las vidas y la percepción de la seguridad de las víctimas, también se debe tomar en cuenta el índice de prevalencia de las personas victimizadas en el exterior.

RECUADRO 23: ENCUESTAS A TURISTAS

Las encuestas de victimización dirigidas a turistas se vuelven cada vez más frecuentes, y son paralelas a los documentos del ramo turístico sobre el delito, la inseguridad y el turismo. Se han intentado encuestas especializadas sobre victimización en distintos contextos. Por ejemplo, en 1998 se condujo una encuesta nacional para evaluar las experiencias y percepciones de los turistas británicos sobre el delito durante sus vacaciones.⁴⁴ Esta encuesta se basó en una muestra aleatoria de 1100 suscriptores a una revista vacacional y fue realizada en 1998. Se incluyó un cuestionario postal con una carta de respaldo en la revista que se envió por correo a los suscriptores incluidos en la muestra. Este cuestionario cubría 90 preguntas relacionadas con las vacaciones, la percepción y experiencias con el delito y las características socio-demográficas de los encuestados. Se recibió un total de 514 respuestas (tasa de respuesta de 47 %). Los resultados de la encuesta mostraron que, en comparación con la encuesta británica sobre el delito (BCS), los turistas tenían probabilidades mucho mayores de ser víctimas del delito durante sus vacaciones que en casa.

Se han realizado encuestas similares en sitios turísticos populares, por ejemplo Málaga,⁴⁵ abordando cuestiones relacionadas con el ser víctima, soportar las consecuencias de la victimización y tener acceso a la policía en ambientes no familiares.

Los investigadores concurren en que hacer muestreos para encuestas a turistas normalmente representa un desafío, a causa de la necesidad de dirigirse a encuestados que hayan viajado al extranjero recientemente.

G. Preguntas actitudinales generales

347. Las encuestas para víctimas representan una herramienta importante para capturar las actitudes de los encuestados sobre una variedad de cuestiones que no están inmediatamente relacionados con su experiencia con el delito, pero que pueden ayudar a comprender el contexto social que la rodea y ofrecerles indicadores importantes para el desarrollo de políticas de prevención del delito. Existen varios temas, como los que se presentan en la Tabla 7, que son características típicas de las encuestas para víctimas y aparecen en muchas de las encuestas incluidas en el inventario de la ONUDD-CEE.

⁴⁴ Tourist victimisation and the fear of crime on holiday, por Paul Brunt, Rob Mawby y Zoe Hambly, http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V9R-401RX8S-9&_user=5235131&_rdoc=1&_fimt=&_orig=search&_sort=d&view=c&_version=1&_urlVersion=0&_userid=5235131&md5=af3c5b2df7e206b3ecbf98f9685b4ef2.

⁴⁵ Stangeland, P. (1995), Chapter 11, Tourists as crime target.

Tabla 7: Temas ajenos al delito incluidos en las encuestas para víctimas

	porcentaje de encuestas
Actitudes hacia la policía	66
Prevención y protección ante el delito	52
Actitudes hacia los reformatorios	17
Actitudes hacia los tribunales	14

Fuente: Inventario 2005 de ONUDD-CEE.

Actitudes generales hacia la policía

348. Las preguntas sobre las actitudes generales hacia la policía son útiles para determinar la manera en que la población, independientemente de si han sido víctimas del delito, percibe a las autoridades y sus operaciones. La mayoría de las encuestas del inventario de la ONUDD-CEE cobren este punto, con al menos una pregunta sobre la impresión general del desempeño de la policía, la cual puede ser formulada de la siguiente manera: ‘Tomando en cuenta todo, ¿qué tan buena considera que sea la policía de su área para controlar el delito? ¿Considera que hacen un muy buen trabajo, un buen trabajo un mal trabajo o un muy mal trabajo?’⁴⁶ Si la encuesta tiene el interés específico de medir el desempeño de la policía en distintos aspectos de su trabajo, las preguntas pueden ser más detalladas e indagar, por ejemplo:⁴⁷

¿Considera que la policía local hace un buen trabajo, un trabajo promedio o un mal trabajo:

- ... para hacer cumplir la ley?
- ... para responder prontamente a los llamados?
- ... para ser accesible y facilitar la comunicación?
- ... en proveer información al público sobre cómo reducir el delito?
- ... para garantizar la seguridad de los ciudadanos de su área?
- ... para tratar a la gente con justicia?

RECUADRO 24: VICTIMS OF CRIMINAL ABUSE OF POWER

According to the UN Declaration of Basic Principles of Justice for Victims of Crime and Abuse of Power (General Assembly resolution 40/34 of 29 November 1985), ‘victims’ means persons who, individually or collectively, have suffered harm, including physical or mental injury, emotional suffering, economic loss or substantial impairment of their fundamental rights, through acts or omissions that are in violation of criminal laws operative within Member States, including those laws proscribing criminal abuse of power.

It should be taken into account that respondents to victim

surveys may also have been victims of incidents involving abuse of power by law enforcement officers. The victim is therefore in the weakest position, because the authority who should provide access to justice is the same one that perpetrated the crime. Victims of abuse of power are frequently found among the weakest groups of population (women, irregular migrants, homeless).

Surveys may capture this type of incidents through detailed follow up questions on the offender’s profile.

349. Otro aspecto que puede ser cubierto en las encuestas para víctimas es la experiencia de haber sido parado y registrado por la policía. Esto puede suceder a pie o en un vehículo. Las preguntas de las encuestas sobre este tema pueden ser útiles como herramienta de retroalimentación para confirmar que las operaciones de rutina de la policía sean respaldadas por el público y no consideradas una intrusión a su vida privada o, aun peor, una experiencia de victimización. Los resultados son un indicador importante de la confianza del público en la policía. La formulación de la pregunta puede iniciar con un filtro, preguntando, por ejemplo, ‘¿ALGUNA vez ha sido parado e interrogado por la policía yendo a pie?’⁴⁸ Con preguntas de seguimiento se puede indagar cuándo sucedió, qué sucedió después y cuál fue la sensación de los encuestados, etc.

⁴⁶ ICVS.

⁴⁷ Canadá, Encuesta social general sobre victimización.

⁴⁸ BCS, A5.

Prevención y protección ante el delito

350. Las encuestas para víctimas frecuentemente abordan los temas de la seguridad y prevención del delito preguntando a los encuestados qué tipo de precauciones utilizan para protegerse y prevenir el delito. Cerca de la mitad de las encuestas del inventario de la ONUDD-CEE incluyen este punto. Entre los temas que comúnmente se cubren con las preguntas de esta sección están la presencia de disuasivos físicos en el hogar, como alarmas antirrobo, rejas, candados de seguridad, rejas en las ventanas y — si aplica al contexto — perros guardianes. En el caso de las víctimas de robo que declaren que poseen una alarma antirrobo, sería interesante para la encuesta confirmar si ésta fue instalada antes o después de que ocurriera el robo. Con las preguntas también se puede abordar la presencia de medidas físicas para prevenir el delito contra los vehículos, como candados especiales en los autos, motocicletas o bicicletas.

351. Otro conjunto de preguntas de esta área se relaciona con los esquemas de prevención comunitaria del delito, como participar en vigilancia vecinal o alertas comunitarias, o pedir informalmente a los vecinos que cuiden la casa cuando no hay nadie. Un conjunto final de preguntas puede abordar cualquier tipo de medidas o comportamiento adoptado por los encuestados para protegerse a sí mismos o a sus pertenencias del delito. Éstas pueden incluir el reducir la frecuencia con la que salen, especialmente de noche, evitar ciertos lugares/áreas, cambiar itinerarios/rutinas, inscribirse a cursos de defensa personal, portar objetos afilados para protegerse, etc.

Actitudes hacia el sistema de justicia penal (tribunales, reformatorios)

352. Las encuestas para víctimas pueden preguntar a los encuestados sus opiniones sobre el funcionamiento de las distintas partes del sistema de justicia penal. En particular, esto suele cubrir los tribunales y los reformatorios, que se mencionan con frecuencia en los debates generales sobre temas delictivos.

RECUADRO 25: ACTITUDES HACIA LOS TRIBUNALES Y REFORMATORIOS, EJEMPLO DE CANADÁ

La Encuesta Social General sobre Victimización de Canadá aborda las actitudes de los encuestados hacia los tribunales y los reformatorios de la misma manera que lo hace con la policía, realizando una serie de preguntas sobre varios aspectos de interés para la población general y con una pregunta sobre haber estado en contacto con los tribunales:⁴⁹

- Ahora me gustaría hacerle una pregunta similar sobre los tribunales penales canadienses. ¿Realizan un buen trabajo, un trabajo promedio o un mal trabajo:

... en la provisión de justicia con presteza?

... para ayudar a la víctima?

... para determinar si la persona acusada es culpable o no?

... para garantizar un juicio justo para el acusado?

En general, ¿diría que las sentencias emitidas por los tribunales son demasiado severas, justas o no suficientemente severas?

- ¿Alguna vez ha tenido contacto con los tribunales penales de Canadá? (INT: El contacto con los tribunales penales puede ser debido a cualquier razón. Los encuestados pueden haber tenido contacto con el tribunal si ellos, sus amigos o familiares fueron acusados, testigos o víctimas de un delito. El contacto también pudo haber sido para servir como jurado.)

- ¿Considera que el sistema carcelario hace un buen trabajo, un trabajo promedio o un mal trabajo:

... supervisando y controlando los prisioneros?

... ayudando a los prisioneros a convertirse en ciudadanos respetuosos de la ley?

- ¿Considera que el sistema de libertad condicional hace un buen trabajo, un trabajo promedio o un mal trabajo (INT: La responsabilidad del sistema de libertad condicional es decidir cuáles reos pueden cumplir parte de su sentencia en la comunidad bajo supervisión y asegurarse de que se cumplan sus condiciones. Si los agresores no cumplen las condiciones pueden ser devueltos a prisión):

... en la liberación de agresores que no muestren tendencias a cometer otro delito?

... supervisando a los agresores durante la libertad condicional?

⁴⁹ Canadá, Encuesta social general sobre victimización.

353. Un aspecto particular que puede abordarse en esta área es evaluar la opinión de los encuestados sobre el castigo. Esto se puede hacer, como en la encuesta ICVS, ofreciendo un ejemplo de una situación en la que se haya cometido un delito y el agresor deba ser sancionado por el encuestado, quien puede elegir una variedad de sanciones desde una multa hasta varios años de cárcel. Los resultados pueden ofrecer importantes indicadores del nivel de tolerancia de los ciudadanos hacia los temas delictivos.

H. Determinación de si la información puede obtenerse en otras fuentes y ser vinculada a los datos de la encuesta

Módulo de victimización dentro de una encuesta social

354. Es posible incluir un módulo sobre victimización en una encuesta a hogares que ya se realice, que aborde temas sociales. Este puede ser el caso de las encuestas que se ocupan de temas más generales de seguridad, o de temas sociales/sanitarios generales. El inventario de la ONUDD-CEE encontró que en 13 encuestas de este tipo se incluían módulos de victimización por lo menos una vez (consultar Tabla 8).

Tabla 8: Encuestas en hogares que incluyeron módulos de victimización en el inventario de la ONUDD-CEE

País	Encuesta	Institución
AUSTRALIA	Encuesta social general	Oficina Estadística de Australia
AUSTRALIA	Encuesta Social Nacional sobre Aborígenes e Isleños del Estrecho de Torres de 2002	Oficina Estadística de Australia
FRANCIA	Encuesta periódica sobre las condiciones de vida	INSEE
ISRAEL	Encuesta social 2003	Oficina Central de Estadística
ITALIA	Encuesta de propósito múltiple — Aspectos de la vida cotidiana	ISTAT
NORUEGA	Encuestas sanitaria del norte de Trgnculeg, Noruega	Centro noruego para estudios de la violencia y el estrés traumático
RUMANIA	Encuesta sobre las condiciones de vida	Instituto Nacional de Estadística
SUECIA	Encuesta sobre las condiciones de vida (ULF)	Estadística Sueca
SUIZA	Encuesta sanitaria suiza	Oficina Federal Estadística de Suiza
SUIZA	Encuesta sobre presupuesto doméstico	Oficina Federal Estadística de Suiza
SUIZA	Panel sobre el hogar suizo (SHP)	Oficina Federal Estadística de Suiza
SUIZA	Estadísticas SILC sobre los ingresos y las condiciones de vida	Oficina Federal Estadística de Suiza
UCRANIA	Seguridad socio-económica de los ucranianos	Comité Estadístico Estatal de Ucrania

355. Los módulos sobre victimización tienen que tomar en cuenta la necesidad de ahorrar tiempo y evitar estresar al encuestado con preguntas demasiado delicadas; también debe considerarse que puede no ser posible ofrecer a los entrevistadores la misma cantidad y tipo de capacitación de una encuesta dedicada exclusivamente a la victimización.

356. En general, los módulos sobre victimización incluyen preguntas sobre seguridad personal y sobre la experiencia con el delito (robos, robos domiciliarios y agresiones), pero normalmente no contienen preguntas sobre agresión sexual.

RECUADRO 26: ENCUESTAS INTERNACIONALES QUE INCLUYEN TEMAS DE VICTIMIZACIÓN

Encuestas sobre las condiciones de trabajo en Europa (EWCS, por sus siglas en inglés)

Cada cinco años, la Fundación conduce una encuesta para estudiar las condiciones de trabajo en Europa. Esta encuesta se ha realizado cuatro veces: En 1990/91, 1995/96, 2000 (se extendió para cubrir los 10 nuevos Estados Miembro, Bulgaria, Rumania y Turquía en 2001/02) y 2005 (31 países). El trabajo de campo de la edición más reciente de la Encuesta sobre las condiciones de trabajo en Europa de la Fundación se realizó en los 25 países de la UE (más Bulgaria, Rumania, Turquía, Croacia, Noruega y Suiza) en el otoño de 2005. El informe descriptivo completo de la edición 2005 de la EWCS está disponible.

Estas encuestas ofrecen un panorama del estado de las condiciones de trabajo en toda Europa, e indican el grado y el tipo de los cambios que afectan a la fuerza laboral y la calidad del trabajo. La naturaleza recurrente de la encuesta incluye una imagen de las tendencias en las condiciones de trabajo a lo largo de toda Europa.

Las encuestas sobre las condiciones de trabajo en Europa usan el procedimiento del camino aleatorio, un método para seleccionar una muestra aleatoria en las encuestas de puerta a puerta. Los encuestados (empleados y gente que trabaja por su cuenta) fueron entrevistados cara a cara en sus propios hogares, fuera del horario laboral normal.

El cuestionario de la encuesta ha crecido, de veinte preguntas en la primera edición a casi preguntas y sub-preguntas en 2005. Entre los temas que cubre están el tiempo de trabajo, la organización laboral, la paga, riesgos sanitarios relacionados con el trabajo y los resultados en materia de salud, así como el acceso a capacitación.

La pregunta 29 (más adelante) se ocupa de la violencia y el acoso en el trabajo.

P29 — En los últimos 12 meses, ¿usted ha estado o no sujeto(a) personalmente en su trabajo a...?

- A — Amenazas de violencia física
- B — Violencia física de parte de otras personas en su lugar de trabajo
- C — Violencia física de parte de otras personas
- D — Presión grupal / acoso
- E — Discriminación sexual / discriminación vinculada al género
- F — Atención sexual no deseada
- G — Discriminación por su edad
- H — Discriminación vinculada a su nacionalidad
- I — Discriminación vinculada a su origen étnico
- J — Discriminación vinculada a su religión
- K — Discriminación vinculada a una discapacidad
- L — Discriminación vinculada a su orientación sexual

Fuente: <http://www.eurofound.europa.eu/ewco/surveys/index.htm>.

Encuestas sobre tecnologías de información y comunicaciones (ICT, por sus siglas en inglés) de Eurostat

Basándose en el Plan de Acción 2005 para Europa de la Comisión Europea, Eurostat estableció dos encuestas Comunitarias para recolectar estadísticas sobre la información en la sociedad (una con empresas y una con hogares y personas). El módulo de tecnología informática (ICT, por sus siglas en inglés) para hogares y personas comenzó en 2005 e incluyó varias preguntas sobre seguridad informática, delitos en Internet, mal uso de las tarjetas de crédito y los datos personales. Otras preguntas sobre hackers y ataques de virus fueron añadidas en 2005 y 2007; en 2006 y 2009 se presentaron preguntas sobre fraudes en Internet. Esta encuesta se realiza anualmente.

Fuente: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=2973,64549069,2973_64553608&_dad=portal&_schema=PORTAL.

I. Comparación de las encuestas de victimización

357. El tema de la comparación representa un desafío particular para las encuestas de victimización delictiva. La comparación veraz de los resultados derivados de las encuestas de victimización con otros datos (de encuestas o no) es difícil y siempre debe abordarse con precaución. Es necesario ser muy claro sobre qué es exactamente lo que se está comparando y por qué. Se puede requerir una variedad de comparaciones distintas en cualquier contexto dado. Por ejemplo:

1. Comparaciones entre distintas encuestas realizadas en el mismo país:
 - i al mismo tiempo;
 - ii en distintos momentos;

2. Comparaciones con los datos administrativos (policía) del mismo país; o
3. Comparaciones entre distintas encuestas realizadas en distintos países.

Comparaciones entre distintas encuestas realizadas en el mismo país

358. En cada país individual se pueden realizar distintas encuestas al mismo tiempo, cada una con distintos objetivos, pero con contenido que se entrecruce parcialmente. Este puede ser el caso, por ejemplo, cuando una encuesta general en hogares contenga un módulo sobre victimización y se realice una encuesta independiente para víctimas. Cada encuesta puede obtener resultados distintos por una variedad de razones. El diseño del cuestionario de la encuesta tiene un papel importante en este aspecto y la capacidad de comparar las distintas encuestas de un país puede reforzarse siguiendo varios principios clave. Éstos están resumidos en el Recuadro 27.

RECUADRO 27: CÓMO FORTALECER LA CAPACIDAD DE COMPARACIÓN DEL CONTENIDO DE UNA ENCUESTA

- Incluir módulos similares que cubran faltas clave.
- Haga preguntas sobre la experiencia de victimización usando lenguaje coloquial que contenga elementos básicos consistentes.
- Los periodos de relato deben ser organizados de forma consistente e incluir preguntas de filtro antes de concentrarse en el último año natural o los 12 meses precedentes a la fecha de la encuesta con respecto a cualquier delito reportado inicialmente. La capacidad de comparar el periodo puede ser mayor después de las preguntas de filtro.
- Entre más detallada sea la redacción y más precisa sea la descripción de los incidentes, mayor será la posibilidad de obtener resultados comparables.
- Los detalles de la información adicional provista por el entrevistador deben tener un orden similar para reducir la influencia de la interpretación individual del significado de la pregunta. Al mismo tiempo, pequeñas variaciones en los términos usados para describir los objetos de manera familiar para el encuestado en distintos contextos puede aumentar la capacidad de comparación.
- La secuencia de las preguntas, o por lo menos las áreas del cuestionario, debe ser similar. Se sugiere en particular que las preguntas sobre faltas delicadas, como la agresión sexual, se realicen hacia el final del cuestionario para dar tiempo al entrevistador de establecer una conexión con el encuestado.

Comparaciones con los datos administrativos (policía)

359. Con respecto a la comparación con los datos administrativos (de la policía), se debe tomar en cuenta que las encuestas para víctimas difieren de las estadísticas oficiales de la policía en varias maneras, incluyendo la fuente de los datos, su cobertura, la manera en que se identifican los incidentes delictivos y las fuentes de error. Las encuestas para víctimas eliminan el efecto de una gama de decisiones policiales que de lo contrario afectarían los datos, se acercan más a la 'cifra oscura' del delito que las estadísticas oficiales de la policía y tienen la ventaja de trascender las definiciones legales del delito en los distintos países al buscar la perspectiva de las víctimas directamente. En la Tabla 9 se resume una variedad de desafíos para la capacidad de comparación.

RECUADRO 28: DATOS ADMINISTRATIVOS

La información sobre incidentes delictivos puede obtenerse a partir de datos administrativos. La categoría estadística de los incidentes delictivos denunciados a la policía provee datos que deben estar al mismo nivel de los incidentes de victimización denunciados a la policía. Sin embargo, cabe destacar que los registros de la policía incluyen delitos denunciados o detectados por la policía, que fueron posteriormente considerados de suficiente gravedad para ser registrados en los sistemas administrativos de la policía. Existen distintos métodos de registro en los distintos países. La diferencia más importante depende del momento en el que se registre el delito, es decir, tras la denuncia inicial (estadísticas de ingreso) o tras la investigación inicial (estadísticas de egreso). Las categorías delictivas también pueden depender de los artículos del código penal o de los sistemas de clasificación de la policía, por lo tanto la información sobre tipos específicos de delitos debe compararse con las definiciones y categorías acumuladas (como delitos violentos, contra la propiedad, faltas relacionadas con las drogas, etc.).⁵⁰

⁵⁰ Consultar el *Manual para la elaboración de un sistema de estadísticas sobre la justicia penal* de las Naciones Unidas, ST/ESA/STAT/SER.F/89, 2003.

Tabla 9: Desafíos a la capacidad de comparación de las estadísticas oficiales de la policía y las encuestas para víctimas

	Estadísticas administrativas de la policía	Encuestas para víctimas del delito
Naturaleza de los datos	Registros existentes.	La información existe sólo en la memoria de las personas.
	La decisión de si se debe registrar el evento ya fue tomada.	La decisión de recordar se toma durante el proceso de recolección de datos.
	El proceso de recolección de datos busca capturar la información existente de la manera más precisa que sea posible.	El proceso de recolección de datos busca recordar y registrar información de manera estandarizada.
Desafíos a la capacidad de comparar	Identificación y corrección de las diferencias existentes que afectan los registros capturados.	Recuerdo consistente de eventos equivalentes con precisión equivalente.

Comparación transnacional de las encuestas de victimización delictiva

360. Entre las razones por las que se puede desear comparar los resultados de las encuestas de victimización delictiva de un país a otro son:

- Promover el intercambio de información sobre el delito y con respecto al funcionamiento de los sistemas de justicia penal a nivel regional e internacional;
- La transparencia y rendición de cuentas en la prevención del delito y la operación de las autoridades y los sistemas de justicia penal;
- El desarrollo de referencias e indicadores comunes para evaluar la naturaleza, el alcance y la percepción pública del delito.

361. Al comparar los resultados a nivel transnacional, se debe recordar que los entrevistados en encuestas para víctimas delictivas perciben (y recuerdan) que fueron víctimas de un delito. La interpretación de lo que representa un delito puede variar de un país a otro. Por ejemplo, los encuestados pueden estar acostumbrados en mayor o menor grado a los delitos violentos, que pueden ocurrir en distintos contextos. Las pandillas juveniles pueden estar activas y organizadas en mayor o menor grado, la disponibilidad y uso de armas puede variar considerablemente de un país a otro. El desafío es garantizar que los eventos que se pide a la gente recordar sean de estrecha equivalencia de una cultura y de un país a otro, que sean recordados con precisión equivalente y que la gente a la que se entrevista sea igualmente representativa de las culturas y países de los que forman parte.

362. Esto también aplica a los delitos contra la propiedad. Mientras que el robo y los robos domiciliarios afectan a los ciudadanos de sociedades prósperas privándolos de efectivo, joyas, equipo de alta tecnología, piezas de arte y mobiliario, el mismo tipo de delito en los países en desarrollo puede implicar el robo de artículos domésticos básicos, como trastes, cubiertos y ropa blanca. Aunque la pérdida monetaria sea pequeña, el impacto para la víctima es considerable.

363. En muchos países en desarrollo en los que el ganado es un recurso vital, el robo de ganado es percibido por las víctimas como una de las experiencias de victimización más graves. Esto también se aplica al robo de bicicletas en un contexto en que sea el principal medio de transporte. Las preguntas sobre los sobornos y la corrupción. Por ejemplo, son muy susceptibles a la interpretación de los encuestados de distintos países sobre qué constituye un evento de este tipo.

364. En cierta medida, la identificación de las diferencias inherentes a la población objetivo — como la aceptación del robo menor, por ejemplo, y por ende el hecho de que sea sub-reportado en las encuestas de victimización delictiva — es un hallazgo criminológico válido de la encuesta y no evita su comparación con encuestas de otros países, per se. No obstante, dichas diferencias deben ser tomadas en cuenta en todo momento, y las cifras nunca deben ser comparadas independientemente del contexto cualitativo.

365. Si se van a hacer comparaciones con los resultados de otros países, se debe aclarar el contexto en el que se realizaron las encuestas. De lo contrario los resultados (por ejemplo, el reporte de niveles muy bajos de robos menores en ciertos países) pueden ser especialmente engañosos. Generalmente, la clasificación cuantitativa de los distintos países, con pocas explicaciones respecto al contexto, no es lo adecuado.

366. De manera global, las encuestas para víctimas del delito pueden ser consideradas óptimamente ‘comparables’ cuando la metodología usada en cada encuesta busca, de manera consistente, capturar información sobre eventos delictivos equivalentes, y cuando se reconocen y describen claramente las impresiones de la población y las prácticas culturales.

367. El rango de los factores que pueden afectar la capacidad de comparar a nivel transnacional los resultados de las encuestas de victimización delictiva es muy variado. Desde el método usado para recolectar los datos, ya sean entrevistas en persona o por teléfono, hasta la redacción de las preguntas de la encuesta, la composición y el tamaño de la muestra, o el contenido del cuestionario, el asegurarse de que las diferencias nacionales sean lo más pequeñas posible no es tarea fácil.

Factores que afectan la capacidad de comparación

368. Los problemas de comparación surgen de dos fuentes principales:

- (i) Diferencias metodológicas en la conducción de la encuesta, como la selección de la muestra y el método de entrevista (que pueden ser controlados en la medida de lo posible); y
- (ii) diferencias inherentes entre las poblaciones objetivo, incluyendo distintas percepciones del delito o una amplia aceptación cultural de las prácticas delictivas (difícil de controlar).

369. Los métodos para aumentar la comparación transnacional de las encuestas se pueden dividir en dos tipos: ‘armonización al egreso’ y ‘armonización al ingreso’. La armonización al ingreso involucra que se tomen acciones para mejorar la capacidad de comparación considerando aspectos del diseño del cuestionario y del proceso de implementación de la encuesta. La armonización al egreso involucra la selección de variables particulares para ser comparadas o hacer ajustes a los cálculos una vez que los datos fueron recogidos (como realizar una estandarización de edad y género o usar ajuste como la paridad del poder adquisitivo). Decidir únicamente comparar los resultados de las encuestas de países que compartan características comunes, como la ubicación geográfica, la estructura social y la cultura o el grado de desarrollo humano es una forma de armonización al egreso.

370. La armonización al egreso puede ser un método valioso para mejorar la capacidad de comparación de las encuestas para víctimas. Sin embargo, su aplicación depende en gran medida de las variables y características individuales de cada encuesta.

371. En los siguientes párrafos se discuten cuestiones específicas que afectan la capacidad de comparación. Como resultado de su naturaleza interrelacionada, los problemas del diseño metodológico y las diferencias de la población son abordadas de manera conjunta en cada caso.

(i) Métodos de recolección de los datos

372. Existen muchas razones teóricas por las cuáles los distintos modos de encuesta afectan la capacidad de comparación a nivel transnacional. La conversación y el intercambio durante una entrevista cara a cara, por ejemplo, pueden dar lugar a una mejor remembranza de los eventos que el hacer que el encuestado llene su propio formulario. Las tasas de no respuesta de las encuestas — y el sesgo resultante que pueden introducir — también difieren de un modo de encuesta a otro. Las personas pueden ser más difíciles de contactar si sólo se tienen entrevistas cara a cara que si se usan además líneas telefónicas fijas y móviles.

373. Las investigaciones aun no arrojan conclusiones sobre la importancia de dichas diferencias. Algunos estudios muestran que las respuestas a las preguntas sobre victimización de las entrevistas telefónicas son similares a las obtenidas cara a cara.⁵¹ Por el otro lado, pruebas con muestreos divididos de una encuesta nacional para víctimas de delitos en Estados Unidos han mostrado tasas de victimización más elevadas en entrevistas CATI que en entrevistas cara a cara o telefónicas.⁵² Un estudio en Alemania mostró que las entrevistas cara a cara registran menos incidentes de victimización que las encuestas escritas (postales).⁵³ Los reportes también documentan efectos más bien impredecibles. Cuando se cambio de entrevistas cara a cara a CATI en la encuesta internacional para víctimas del delito realizada en España e Irlanda del Norte en 2005, los resultados mostraron una disminución considerable de las tasas de victimización en España y un aumento igual de considerable en Irlanda del Norte. No existe

⁵¹ Van Dijk, Mayhew, 1992; Lynch 2005; Catalano 2007.

⁵² Lynch, 2006.

⁵³ Kury, 1993.

gran manera de saber si el nuevo modo de entrevista originó esos cambios, y en qué medida.⁵⁴

374. Lo que sí es de conocimiento común es que los efectos modos de encuesta tienden a ser mayores con respecto a los delitos delicados, como la violencia doméstica y la agresión sexual. Se han reportado tasas más elevadas de victimización por violación, por ejemplo, cuando el modo de encuesta es un formulario llenado por el encuestado y no una entrevista cara a cara, dada la resistencia a compartir información de naturaleza personal con el entrevistador.⁵⁵ Es importante estar consciente de que la elección del modo de encuesta puede afectar la capacidad de comparación con otras encuestas con respecto a dichas preguntas en particular.

375. Como se discute en la sección IV.J, la elección del modo de encuesta y de registro de la información de cualquier encuesta para víctimas depende de una variedad de factores, incluyendo el costo, la disponibilidad de recursos, los objetivos de encuesta y las posibles fuentes de error. Para los efectos de la comparación a futuro de la encuesta con otras encuestas para víctimas del delito, posiblemente el factor más importante es que la recolección de datos estándar sea la misma, sin importar qué método se use. Dos encuestas que usen entrevistas cara a cara, pero una tenga entrevistadores poco capacitados y la otra, entrevistadores muy bien capacitados, muy probablemente tenderán a ser bastante menos comparables que dos encuestas muy bien organizadas, una de entrevista cara a cara y la otra por vía telefónica.

(ii) Diseño del cuestionario

(a) Redacción

376. El principio básico detrás de las encuestas estandarizadas para víctimas del delito es que éstas preguntan a los encuestados sobre incidentes que, en gran medida, coinciden con las definiciones legales de las falas más comunes, sólo que usan lenguaje coloquial. La redacción cuidadosa y una minuciosa definición del evento a ser capturado pueden ser consideradas la clave que hace posible la comparación entre encuestas para víctimas del delito.

377. El punto de arranque para la comparación debe ser una idéntica redacción de las preguntas. Pequeñas diferencias, por ejemplo, en el manejo de los intentos de robo doméstico hicieron que la comparación entre las tasas de robo doméstico de Estados Unidos e Inglaterra a partir de las encuestas nacionales sobre el delito fuera prácticamente imposible.⁵⁶ Es crucial para la comparación de los resultados de las encuestas para víctimas del delito que las preguntas sobre los delitos domésticos comunes, como mínimo:

1. Usen periodos de relato que sean iguales o equivalentes.
 - Por ejemplo, el último año natural.
2. Que las faltas descritas contengan los mismos elementos básicos.
 - Por ejemplo, en el caso de la agresión: (i) 'lo(a) atacó o amenazó personalmente', (ii) 'de alguna manera que le haya causado un temor real', (iii) 'ya sea en su hogar o en otro lugar'.
3. Que manejen el conteo de los incidentes de manera consistente.
 - Por ejemplo, si uno de los encuestados fue víctima de un delito particular más de una vez en el periodo relatado, la redacción de la encuesta debe garantizar que se registre adecuadamente el número de eventos pero que los detalles del delito sean obtenidos de manera consistente con respecto al evento más reciente o más grave
4. Que manejen los intentos de cometer el delito de manera consistente.
 - Por ejemplo, muchos cuestionarios para víctimas del delito cuentan los robos domiciliarios y los intentos de robo domiciliario como delitos independientes, pero manejan el asalto y el intento de asalto como uno solo.

378. Puede ser que los encuestados de distintos países tengan distintos umbrales culturales para definir ciertos comportamientos como delitos. Sin embargo, el control cuidadoso de los cuatro elementos de redacción antes mencionados debe aumentar en gran medida la capacidad de comparación a nivel transnacional por medio de la remembranza del mismo evento, bien definido, donde sea que haya ocurrido.

⁵⁴ Van Dijk, Van Kesteren, Smit; 2008.

⁵⁵ Johnson, Ollus, Nevala, 2008.

⁵⁶ Van Dijk, Van Kesteren, Smit; 2008.

379. Como siempre, puede existir aun una variedad de excepciones y la redacción de las preguntas tal vez tenga que ser adaptada ligeramente para el contexto local. Dichas adaptaciones tenderán a estar relacionadas con las preguntas que busquen mayores detalles de los delitos, más que a las preguntas de filtro en sí. Los términos usados para describir al perpetrador de un delito, como ‘cónyuge/pareja’, ‘pareja’, ‘novio/novia’, ‘pariente’, o ‘familiar’ pueden contener ligeras variaciones dependiendo de la forma más aceptada en cada contexto cultural. En las preguntas sobre la corrupción también se pueden seleccionar ciertos funcionarios en particular, ya sean funcionarios de aduana, de policía, jueces, inspectores de construcción, funcionarios de tribunales o magistrados, dependiendo de si la encuesta para víctimas desea indagar sobre ciertos grupos de funcionarios públicos en particular.

380. En el caso de que los cuestionarios tengan que ser traducidos, ello debe hacerse con especial cuidado para preservar el significado de los términos en los idiomas locales. Se debe ejercer especial precaución cuando se usen términos en el mismo idioma en distintos contextos culturales. Como se establece en la Sección V.C de este Manual, se debe involucrar a traductores profesionales cualificados para garantizar que las versiones traducidas sean tan precisas como sea posible. También se considera necesario realizar una traducción de vuelta al idioma original para garantizar que el significado de los conceptos no sea ambiguo y que el significado de las preguntas de la encuesta se preserve rigurosamente.

381. En resumen, la redacción de los cuestionarios de las encuestas para víctimas del delito deben seguir definiciones estándar de los eventos que cuenten con una estandarización en los periodos de remembranza, los elementos de las faltas básicas, el conteo de incidentes equivalentes y el tratamiento de los intentos de cometer el delito.

(b) Secuencia de las preguntas y periodo de remembranza

382. Como se establece en la sección III de este Manual, una fuente importante de errores en las encuestas para las víctimas del delito es el problema de la incapacidad de recordar y del traslado temporal — la tendencia de los encuestados a ubicar un evento dentro del periodo de remembranza cuando de hecho ocurrió antes (traslado futuro) o a ubicar mentalmente un evento que sí ocurrió dentro del periodo de remembranza en un punto anterior (traslado retroactivo). Dichos efectos se muestran en la Tabla 10:⁵⁷

Tabla 10: Efectos de memoria en las encuestas de victimización

		Categorización verdadera	
		Víctima en el periodo de remembranza	No víctima en el periodo de remembranza
Cálculo de la encuesta	Víctima en el periodo de remembranza	Remembranza correcta	Traslado futuro Exageración o mentira
		No víctima en el periodo de remembranza	No remembranza, mentira, subvaloración de la situación
	Traslado retroactivo		

383. Para efectos de comparación transnacional, es conveniente enfocarse en las tasas de prevalencia de un año como principal resultado reportado en las encuestas para víctimas del delito. Sin embargo, al hacerlo, es importante garantizar que la secuencia de preguntas de filtro usadas en cada una de las encuestas que estén siendo comparadas sea equivalente. La omisión de la pregunta de filtro sobre victimización de ‘cinco años’ en una encuesta de 1992 para víctimas del delito en Japón, por ejemplo, arrojó tasas de victimización de un año tres veces mayores a las que obtuvo la misma encuesta en 1989.⁵⁸ Esto muy probablemente se debió al efecto del traslado temporal. Apegarse a una secuencia fija de preguntas de filtro es clave para reducir los errores de remembranza, particularmente los de traslado futuro o retroactivo, y es una variable crucial al comparar resultados transnacionales.

384. Responder todas las preguntas de filtro antes de pasar a las preguntas detalladas, es también impor-

⁵⁷ Tabla derivada de Schneider, A.L., *Methodological problems in victim surveys and their implications for research in victimology*. Journal of Criminal Law and Criminology, Vol 72, No. 2, 1981.

⁵⁸ Oda, 1993.

tante para evitar que los encuestados que tienen muchos incidentes de victimización eviten las respuestas positivas a una pregunta inicial sobre victimización para evitar que se les pregunten más detalles. De hecho, de manera más general, el entrevistador debe establecer un vínculo con el encuestado antes de hacerle preguntas que puedan ser particularmente delicadas o personales. Tal vez el error más conocido en las encuestas de victimización es la relación entre el no recordar incidentes de agresión y la relación entre la víctima y el agresor. Aunque se sabe que aproximadamente la mitad de las agresiones son perpetradas por un conocido, la victimización que involucra a familiares, personas que se conocían entre sí o menores de edad puede tender a no ser tan reportada como aquella en la que el perpetrador es un desconocido.⁵⁹ Cuán delicado sea este asunto varía de un país a otro. Como resultado, la comparación transnacional de los delitos como la agresión perpetrada por un cónyuge/pareja o un familiar es particularmente difícil. Si se buscan esos resultados, se debe seguir una secuencia de preguntas muy detallada y posiblemente estandarizada.

385. La secuencia de las preguntas es otro factor que afecta la capacidad de comparación. Las encuestas para víctimas del delito casi siempre comienzan con los delitos menos emocionales, como el robo de autos y los delitos en hogares antes de pasar a los delitos personales, como la agresión y la agresión sexual. Ello le da tiempo al entrevistador para ganarse un poco de la confianza del encuestado, dándole tiempo al encuestado para acostumbrarse a hablar sobre experiencias incómodas. Se puede esperar que las encuestas que realizan preguntas delicadas al inicio capturen menos incidentes que aquellas en las que el entrevistador ha tenido tiempo de ganarse la confianza del encuestado.

(iii) Diseño de la muestra

386. El diseño de la muestra consiste en varios elementos: la población usada para representar la población objetivo (el marco de muestreo), el número de encuestados elegidos y el método de selección de los encuestados. Cuando se trata de la comparación transnacional, cada uno de esos elementos tiene un papel importante.

(a) Marco de muestreo

387. En general, dos muestras, cada una de un país distinto, pueden ser consideradas ‘comparables’ si son razonablemente equivalentes en la medida en que representan a la población objetivo. Cuando éste es el caso, cualquier diferencia en los resultados entre ambas encuestas puede atribuirse con confianza a diferencias ‘reales’ entre las poblaciones objetivo y no a un sesgo introducido por una de las muestras.

388. Una dificultad importante en la comparación transnacional de los datos de las encuestas para víctimas del delito es que los resultados suelen ser presentados simplemente como datos cuantitativos, con poca o ninguna información sobre la medida en la que el marco de muestreo usado representa la población del país en conjunto. De hecho, la relación entre el marco de muestreo de la encuesta, su representatividad y la capacidad de compararlo no necesariamente es directa. La Tabla 11 muestra varias de estas posibles situaciones.

Tabla 11: Diseño de la muestra y desafíos para la posibilidad de que sea comparable

Características del país	Población objetivo	Capacidad de comparación
Población considerable de grupos de difícil acceso (como desplazados internos, minorías étnicas)	Define que incluye grupos de difícil acceso	Capacidad de comparación legítima con las poblaciones de otros países, pero posibles dificultades debido a una mayor falta de respuestas o un muestreo no aleatorio
	Define que excluye grupos de difícil acceso	En primera instancia, se puede hacer una comparación ‘metodológica’ con encuestas en las cuales el marco de muestreo tiene una definición similar, pero existe poca capacidad de comparación con las poblaciones de otros países
Población comparativamente pequeña de grupos de difícil acceso	Define que excluye grupos de difícil acceso	En primera instancia, se puede hacer una comparación ‘metodológica’, y existe una razonable capacidad de comparación con las poblaciones de otros países

⁵⁹ Schneider, 1981.

389. Al comparar los resultados de las encuestas de un país a otro es importante identificar si el marco de muestreo de cada encuesta es en verdad representativo de la población de todo el país. Se debe aclarar exactamente cuáles son los marcos de muestreo que están siendo comparados. El uso de un archivo de direcciones postales en un país en desarrollo como sustituto de la totalidad de la población del país, por ejemplo, excluiría a grandes poblaciones de desplazados internos y poblaciones rurales. La encuesta resultante puede ser 'metodológicamente' comparable con una encuesta idéntica realizada en un segundo país (siempre y cuando la muestra de dicho país también excluya dichos grupos), pero se deben aclarar las graves limitantes para la comparación de resultados a nivel de país.

(b) Método de muestreo

390. Además de las decisiones concernientes al marco de muestreo, también se debe tener en cuenta la elección del método de muestreo cuando se trata de realizar comparaciones transnacionales. En el caso de las muestras tomadas usando marcado telefónico aleatorio o una selección aleatoria del directorio telefónico, el principal problema para la comparación se deriva de la penetración del teléfono. Se debe tomar en cuenta en particular la tendencia emergente entre grupos específicos de la población — en especial la gente joven — a sólo utilizar teléfonos móviles. En dichos países (de los cuales Finlandia es un buen ejemplo ⁶⁰), el uso de líneas telefónicas fijas como marco de muestreo presenta un grave problema de sub-cobertura. Cuando los jóvenes estén sub-representados en la muestra original de líneas fijas, podría ser posible extraer una muestra adicional de personas que tengan únicamente teléfonos móviles. Ambas pueden combinarse y se puede hacer una nueva ponderación de edad, género, área geográfica y proporción de uso exclusivo de teléfonos móviles para restaura su capacidad de comparación con (por ejemplo) un país en el cual la posesión exclusiva de teléfonos móviles no sea un problema.

391. Es importante en cualquier método que se base en suscripciones, teléfonos o direcciones que se comprenda la cobertura del marco de muestreo con respecto a la población objetivo. En principio, el marco de muestreo de origen telefónico puede ser comparable con un marco de muestro originado en un servicio por suscripción si ambos representan una cobertura equivalente de la población objetivo: es decir, si se puede esperar que la población de personas que acuden al registro civil sea equivalente a grandes rasgos a la población de personas que poseen una línea telefónica fija — experiencia directa y actitud frente al delito. De hecho, como se discutió anteriormente, la evidencia de la comparación de encuestas CAPI y CATI sugiere que las muestras obtenidas con estos dos métodos pueden ser comparadas a nivel transnacional con cierto éxito, al menos en los países desarrollados. En realidad, la técnica de entrevista, por ejemplo telefónica o de cara a cara, también puede afectar la composición de la muestra. Por ejemplo, las personas con menor grado de escolaridad están menos disponibles a ser entrevistadas por teléfono que cara a cara. Ello puede generar un sesgo y producir muestras que ya no sean comparables, aunque las listas originales lo sean. La ponderación de los datos es una posible solución.

392. La comparación de muestras de países en desarrollo puede ser más problemática. Ahí puede existir un mayor número de personas que no aparezcan en las listas del registro civil. Sus archivos de direcciones postales también tienden a estar incompletos, especialmente en áreas rurales o no suburbios municipales no regulados con viviendas autoconstruidas. Para que las encuestas de los países en desarrollo sean comparables con otros países, es probable que se tenga que emplear un método como el camino aleatorio desde un punto de arranque definido para seleccionar los hogares encuestados. Dicho método tiene más oportunidades de producir una muestra representativa de la población objetiva que si se recurre a las listas administrativas existentes.

393. Los diseños de la muestra también pueden recurrir al agrupamiento y la estratificación. El objetivo del muestreo en grupos suele ser facilitar la recolección de los datos por medio de la selección de un número reducido de puntos de recolección de datos ('clusters') en los cuales se espera que la población sea relativamente homogénea. El objetivo del muestreo estratificado es aumentar la precisión de los cálculos dividiendo el marco de muestreo en categorías que se espera muestren alguna similitud (por ejemplo, urbana/rural). Por mucho que el muestreo estratificado busque mejorar la precisión global de la muestra, generalmente no tiene efectos sobre la capacidad de comparación de la encuesta. Por ejemplo, una encuesta telefónica aleatoria estratificada en un país puede ser comparada con una encuesta telefónica aleatoria estratificada de otro país (debido al mismo grado de penetración telefónica en cada uno de ellos). Los límites de confianza asignados a los resultados de cada uno de ellos pueden diferir.

⁶⁰ De acuerdo al *Anuario estadístico* de Finlandia, en 2006 92 % de los hogares finlandeses tenían por lo menos un teléfono móvil y había una línea fija en 47 % de ellos. Esto representa un aumento del 10 % en los teléfonos móviles y de 27 % en las líneas fijas desde 2001.

Sin embargo, ello sólo afecta la capacidad de comparación de la encuesta en la medida en que dichos límites sean tomados en cuenta cuando se cotejen los resultados lado a lado.

(c) Tamaño de la muestra

394. Al comparar los resultados de preguntas individuales de encuestas de varios países, es importante que los resultados de cada pregunta comparada, en todas las encuestas, sean consideradas como representativas de la población objetivo o subpoblación relevante. Dos encuestas distintas podrían generar cifras con relevancia estadística sobre la victimización, sin embargo, los resultados de un delito de baja prevalencia en particular podrían no haber alcanzado una significancia estadística. En particular, cuando se trata de grupos específicos de víctimas — como mujeres o minorías étnicas — es posible que los diseños de las muestras no tengan el poder estadístico necesario para producir resultados significativos para dichos grupos. Cuando este sea el caso, la comparación de resultados pierde sentido.

395. Otro punto importante es que el tamaño de la muestra puede tener un efecto considerable sobre los límites de confianza. En general, entre más grande sea la muestra, mayor será la precisión del cálculo y menores los límites de confianza. Los intervalos de confianza son un factor importante que debe ser tomado en cuenta en la interpretación de comparaciones. Los intervalos de confianza sobrepuestos, por ejemplo, indican que la diferencia en los cálculos de dos países no tiene significancia estadística.

396. En resumen, el diseño de la muestra es crucial para la comparación de encuestas a víctimas del delito de un país a otro. A grandes rasgos, dos muestras pueden ser consideradas ‘comparables’ si son razonablemente equivalentes en la medida en que representan a la población objetivo. Cuando la muestra no es representativa del conjunto de la población del país, esto debe ser aclarado en cualquier intento que se haga de realizar comparaciones de un país a otro.

(iv) *No respuesta*

397. Estrechamente relacionada a la cuestión del diseño de la muestra está el problema de la no respuesta. La no respuesta a las encuestas es problema debido a que introduce un mayor potencial de sesgo. Las tasas de respuesta bajas presentan la duda de en qué medida difieren los encuestados que sí fueron entrevistados de aquellos que se negaron a cooperar o que no pudieron ser contactados.

398. El problema no es una cuestión lineal. Aunque la posibilidad de que las tasas de respuesta bajas introduzcan sesgos en los conteos de victimización es real, el efecto podría operar en cualquiera de las dos direcciones. Cuando la poca respuesta se deba a tasas elevadas de no contacto, se puede omitir gente que esté muy expuesta a la victimización por que tengan una mayor inestabilidad residencial o porque pasen más tiempo alejados de sus hogares. Las víctimas podrían estar sub-representadas en la muestra, con el efecto de que las tasas de victimización en los países donde el no contacto sea elevado arrojen cálculos menores a la realidad. El no contacto puede ser un problema particular en los países en desarrollo donde los grupos socialmente marginalizados, especialmente aquellos que residen en viviendas informales, pueden ser difíciles de contactar para las entrevistas cara a cara. Este factor puede contribuir a que se haga un cálculo inferior a la realidad de las tasas de victimización en los países en desarrollo.⁶¹

399. Por el otro lado, a menudo se presenta la inquietud de que la negación a cooperar da lugar a la selección de encuestados que ‘tienen más que decir’, con el resultado de que se dice que las tasas de victimización arrojan cálculos superiores a la realidad en los países que tienen tasas de respuesta bajas debido al rechazo a cooperar. Por lo menos un estudio ha mostrado que no existe relación estadística en los países desarrollados entre el número de intentos necesarios para contactar a un encuestado y las tasas de victimización globales.⁶² Ello sugiere — al menos en la medida en que el rechazo inicial se tome como sustituto de un rechazo eventual — que este efecto podría no tener un impacto grave sobre su capacidad de comparación de un país a otro.

400. Sin embargo, la no respuesta sigue siendo un problema complicado cuando se trata de comparar los resultados de encuestas para víctimas. Por definición, casi no existe manera de saber si los no encuestados tienen experiencias y actitudes hacia el delito diferentes a las de los encuestados, lo cual potencialmente introduce un sesgo a la muestra. Cuando las muestras de un país padezcan una tasa elevada de no respuesta (particularmente de no contacto), aumenta la posibilidad de que haya un sesgo. Como

61 Kury, Obergfell-Fuchs, Wurger, 2001.

62 Gallup, 2005.

resultado, la confianza con la que se pueden realizar comparaciones de un país a otro se ve reducida en gran medida.

401. Cuando se desee que las encuestas sean comparables internacionalmente, es importante, al igual que con el modo de encuesta, que el estándar del trabajo de recolección de datos sea tan similar (y tan elevado) como sea posible. Esto incluye los esfuerzos para reducir el no contacto. Se puede lograr aumentar las tasas de respuesta con una preparación minuciosa, una selección cuidadosa de los entrevistadores y un uso consistente de cartas de presentación y llamadas de seguimiento.

(v) *Momento de realización de la entrevista*

402. El momento del año en que se realizan las encuestas a víctimas del delito puede tener un efecto sobre su capacidad de comparación debido tanto a su impacto sobre la disponibilidad de los encuestados como a la tendencia de hacer un traslado temporal de los eventos al recordarlos. Las entrevistas durante los meses del verano, por ejemplo, pueden arrojar mayores tasas de no respuesta debido a que las personas están alejadas de su hogar, ya sea de vacaciones, viajando o alojándose con otros familiares. Cualquier aumento al nivel de no respuesta tendrá implicaciones sobre un potencial sesgo en los cálculos de la encuesta. Al comparar entre países, también debe tomarse en cuenta el momento en que se realizó la entrevista. Por ejemplo, dos encuestas realizadas al mismo tiempo en distintos hemisferios podrían no ser comparables debido a que se condujeron en distintas estaciones en cada uno de los países.

403. Con respecto a la remembranza y el traslado temporal, realizar entrevistas en la segunda mitad del año, cuando se le pide a los encuestados que recuerden eventos del año *natural* anterior, puede dar lugar a un mayor deterioro de la memoria, y mayor traslado temporal a futuro. Cuando se comparan encuestas que fueron realizadas en distintos momentos del año, esto puede generar una menor capacidad de comparar las tasas de victimización de un año, aunque los investigadores reportan, al menos con respecto a los países desarrollados, que no existe evidencia concreta de que existan distorsiones importantes debido al deterioro de la memoria o el traslado temporal a futuro.⁶³ La capacidad de comparación puede ser mayor si las encuestas preguntan sobre incidentes ocurridos en los 12 meses anteriores a la encuesta. No obstante, se puede reducir la posibilidad de sesgo instruyendo a los entrevistadores que ayuden a los encuestados a ubicar de manera precisa el momento en que ocurrieron los eventos, por ejemplo, con referencia a momentos significativos del año, como festivales, feriados o eventos personales relevantes.

(vi) *Contenido*

404. Los incidentes delictivos incluidos en las encuestas para víctimas por lo general son comprendidos en la mayoría de las culturas. La redacción de las preguntas refleja definiciones de comportamientos relacionados con faltas comunes, pero usando lenguaje coloquial. Se puede encontrar un grupo básico de delitos en la mayoría de las encuestas, por lo general relacionados con el robo y las agresiones. Pueden aplicarse distintas definiciones. También se podría identificar una variedad de cuestiones relacionadas con contenido ajeno al delito.

405. Si se desea que exista la capacidad de comparación, la redacción usada debe, sujetándose a limitadas excepciones cuando sea necesario por razones culturales o sociales, recurrir a lenguaje muy simple que no permita ambigüedad en distintos contextos y/o idiomas.

406. Ello no quiere decir que todos los cuestionarios de las encuestas para víctimas deban ser idénticos. Es posible considerar un 'módulo' que contenga las cuestiones en las que se busca que exista la capacidad de comparación, al tiempo que se pueden añadir fácilmente preguntas adicionales de acuerdo a las necesidades locales con módulos complementarios.

407. Puede ser conveniente para las encuestas nacionales para víctimas incluir todos los elementos de contenido clave en orden para aumentar su capacidad de comparación a nivel transnacional. La esencia de la capacidad de comparación de las encuestas para víctimas es que se puedan calcular y presentar indicadores estándar. El contenido del cuestionario es crucial para garantizar que se recojan suficientes datos par dichos indicadores y que se hagan todos los esfuerzos por garantizar que las encuestas para víctimas del delito incluyan esos elementos mínimos estándar de las preguntas.

63 Van Dijk, Van Kesteren, Smit; 2008.

Resumen — Pasos para mejorar la capacidad de comparación

408. Como ha mostrado la discusión anterior, el alcanzar una plena capacidad de comparación entre encuestas a víctimas del delito de un país a otro no es una tarea fácil. Las encuestas para víctimas del delito suelen ser concebidas localmente, y a menudo se priorizan las necesidades nacionales (algo comprensible en cierta medida) por encima de la capacidad de comparación internacional. Aún más, a medida que avanza la técnica y que las preguntas de las encuestas van evolucionando, el estándar que las encuestas a víctimas del delito deben alcanzar para que exista capacidad de comparación entre ellas a veces puede parecer un objetivo que cambia constantemente.

409. El hacer ajustes al diseño de las encuestas para conseguir que sea comparable a nivel internacional no debe impedir que se cumplan los objetivos nacionales de una encuesta para víctimas. Más bien, los elementos que permiten la comparación internacional deben embonar, y de hecho fortalecer, la eficacia de la encuesta nacional para víctimas del delito.

410. Es posible identificar varias áreas claves en las cuales una inversión relativamente pequeña tiene el potencial de producir rendimientos significativos, tanto en términos de la capacidad de comparación internacional y el estándar técnico de la encuesta para víctimas en sí.

411. Por último, cabe destacar que también se puede lograr la capacidad de comparación si la presentación de los resultados ofrece información adecuada sobre el contexto en el cual fueron recogidos los datos, incluyendo todos los detalles y metadatos que pudieran facilitar su comprensión.

J. Operaciones de recolección y captura de datos

412. Esta sección repasa los distintos modos de entrevista los métodos de captura de información que pueden usarse en las encuestas de victimización. La selección del modo o modos de entrevista y de los métodos de captura de información de cualquier encuesta dependerá de una variedad de consideraciones, incluyendo las características sociales, los fondos disponibles y el tipo de información que se recolecta. Esta sección incluye un resumen de las ventajas y desventajas de los distintos modos de encuesta.

413. De las 58 encuestas actuales incluidas en el inventario de encuestas de victimización 2005 de ONUDD-CEE, 38 (66 %) fueron conducidas total o parcialmente usando entrevistas cara a cara (consultar la Tabla 12). Algunas de las encuestas utilizaron más de un modo de encuesta. Las entrevistas cara a cara (o 'en persona') siguen siendo el modo más común y de las 43 encuestas que tienen cobertura nacional en el inventario de la ONUDD-CEE, 21 (49 %) fueron conducidas usando únicamente entrevistas cara a cara en los hogares de los encuestados, ya sea con papel (15 encuestas) y/o con cuestionarios electrónicos (12 encuestas). Adicionalmente, en ocho de las encuestas restantes (19 %) se utilizaron entrevistas cara a cara mezcladas con otros modos de entrevista.

414. Las entrevistas telefónicas también son un modo de entrevista popular que fue usado en 16 encuestas (28 % del total) como único modo de entrevista y en cinco (9 %) en combinación con otros, principalmente entrevistas cara a cara.

415. Cuatro encuestas utilizaron cuestionarios electrónicos llenados por el mismo encuestado, siempre combinados con algún tipo de entrevista cara a cara. Los cuestionarios postales fueron usados en tres encuestas, y 'otros tipos de cuestionarios llenados por el mismo encuestado' en otras dos encuestas (incluyendo, por ejemplo, encuestas escolares).

416. Ningún país reportó el uso de encuestas de victimización por Internet al momento de la creación del inventario, sin embargo, este es un modo con el que varios países están comenzando a experimentar, y que probablemente se volverá más común en el futuro. Otro método de llenado por el mismo encuestado, la encuesta en línea debidamente programada, puede ofrecer algunas de las características más complejas de ruteo de la entrevista y de sondeo detallado que antes sólo hubieran sido posibles con algún método cara a cara.

Tabla 12: Modo de encuesta de las encuestas de victimización del inventario de la ONUDD-CEE, 2005

Modo de encuesta:	Número de encuestas en las que se utilizó el modo de encuesta...		Total	% del total – núm. de encuestas*
	como único modo de encuesta:	en conjunto con otros modos:		
Entrevistas cara a cara en el hogar del encuestado usando cuestionarios de papel — PAPI	15	7	22	38%
Entrevistas cara a cara en el hogar del encuestado usando cuestionarios de electrónicos — CAPI	7	7	14	24%
Entrevistas cara a cara en otro lugar (lugar de trabajo o estudio, etc.) — PAPI	1	1	2	3%
Entrevistas telefónicas — CATI	16	4	20	34%
Cuestionarios auto administrados –CASI	0	5	5	9%
Cuestionarios auto administrados - (cuestionario postal)	2	2	4	7%
Cuestionarios auto administrados (otros)	2	2	4	7%
Combinaciones o varios modos	8			
Núm. total de encuestas:	58			

* El total de los valores de esta columna es mayor a 100 porque en 15 encuestas se usaron modos múltiples.

417. Antes de la introducción de la tecnología de entrevista asistida por computadora, los tres modos de entrevista - entrevistas cara a cara, telefónicas y postales-, eran realizados haciendo que el entrevistador o el encuestado escribieran las respuestas a las preguntas en un cuestionario de papel. La tecnología ha reforzado la operación de las encuestas y expandido los medios para conducir encuestas. Las encuestas postales ya no son la única manera en que se conducen encuestas llenadas por el mismo encuestado, ya que ahora existe una variedad de métodos disponibles para permitir que los encuestados provean información sin que un entrevistador tenga que leer las preguntas.

418. Las entrevistas en visitas personales y por teléfono pueden ser realizadas usando cuestionarios de papel y lápices o con tecnología de asistencia por computadora, la cual implica escribir las respuestas directamente en una computadora. Algunas formas de encuestas auto aplicadas también están respaldadas por tecnología informática. Aunque las entrevistas personales con asistencia de una computadora (CAPI) y las entrevistas telefónicas con asistencia de una computadora (CATI) se usan cada vez más, los instrumentos de lápiz y papel aun son ampliamente utilizados. Las encuestas de auto respuesta, que incluyen a las encuestas postales, ahora pueden conducirse usando papel y lápiz o usando tecnología informática o telefónica. Por lo general no se recomiendan las encuestas de auto respuesta (en contraste con las encuestas cara a cara que tienen un elemento de auto respuesta) para las encuestas de victimización. Sin embargo, la tecnología de Internet ahora puede ofrecer enfoques alternativos a las encuestas llenadas por el mismo encuestado, que pueden retomar parte de la estructura y revisiones inherentes al método cara a cara y además ofrecen mayores oportunidades para dicho modo, aunque al momento en que se creó el inventario ningún país había seguido esta ruta.

419. Existe una variedad de factores que afectan la elección del modo de entrevista de toda encuesta, incluyendo el costo, la disponibilidad de la tecnología y las condiciones culturales de la nación o región. Cada uno de los distintos modos y métodos tiene ventajas y desventajas, además de costos distintos. La evaluación de costo-beneficio de los distintos modos puede ser lo que rija la elección del modo principal, con los consiguientes sacrificios en cuanto a calidad. Los desarrolladores de encuestas deben determinar cuál de los modos y método de captura de datos es apropiado para sus propósitos y deben comprender el impacto que tienen los distintos modos y métodos sobre los datos y los costos de enumeración resultantes. Además, los distintos modos y métodos tienen un impacto sobre los entrevistadores y los encuestados y sus interacciones en ciertas maneras que pueden afectar la calidad y la

veracidad de los datos que se están obteniendo. Las circunstancias dentro de una nación o región pueden imponer restricciones a la idoneidad o utilidad de los distintos modos de entrevista. Estas restricciones pueden cambiar a lo largo del tiempo, dictando si cierto modo de entrevista en particular es viable.

420. Esta sección repasa brevemente cada uno de los modos de entrevista y los métodos de captura de datos y discute las ventajas y desventajas de cada uno de ellos.

Modos de encuesta

Entrevistas cara a cara

421. Las entrevistas cara a cara, también llamadas ‘en persona’, generalmente se usan en las encuestas que utilizan una muestra basada en direcciones postales. En los países o regiones en donde la mayoría de los hogares no tienen teléfonos, es probable que las entrevistas cara a cara sean el modo elegido para contactar a los encuestados. En muchos países en donde la cobertura telefónica es extremadamente alta, las entrevistas cara a cara pueden haber sido reemplazadas con entrevistas telefónicas debido al elevado costo del traslado para conducir las entrevistas en persona. Sin embargo, la cobertura telefónica puede presentar sus propios problemas (consultar el recuadro después del párrafo 436, más adelante).

422. Las entrevistas cara a cara tienen una variedad de ventajas sobre los demás modos. Las entrevistas cara a cara han probado que producen una tasa de respuesta más elevada que otros modos de entrevista. Se cree que el contacto personal entre el entrevistador y el encuestado establece un nexo y por lo tanto aumenta la probabilidad de que el encuestado participe en la encuesta. Esto beneficia a las encuestas de victimización que requieren un gran número de entrevistas debido a la relativa rareza de los eventos que están siendo medidos. Este contacto personal también aumenta la probabilidad de que los encuestados respondan el cuestionario completo y no abandonen la encuesta a la mitad. Además, el entrevistador puede determinar si la persona que está siendo entrevistada es de hecho el encuestado seleccionado.

423. Las entrevistas en visitas personales tienen otras ventajas sobre las encuestas telefónicas y postales. Las entrevistas en visitas personales permiten a los entrevistadores usar materiales como tarjetas de información y otras guías para ayudar a los encuestados a comprender los conceptos y la información que se les pide. Como resultado, las entrevistas cara a cara pueden ser más prolongadas y más complejas que las entrevistas telefónicas. Los entrevistadores pueden recoger información sobre la vivienda y el barrio del encuestado sin tener que preguntársela a éste. Ello reduce la carga impuesta al encuestado y aumenta la precisión de dicha información al eliminar cualquier sesgo que el encuestado pueda tener sobre dichas características, haciendo que las entrevistas cara a cara sean menos agotadoras para el encuestado y el entrevistador. Por último, en las entrevistas cara a cara los encuestados pueden consultar los archivos del hogar en busca de información con mayor facilidad que en las entrevistas telefónicas.

424. Las entrevistas cara a cara pueden permitir un mayor control del ambiente de la entrevista que las entrevistas telefónicas. Por ejemplo, el entrevistador puede determinar quién más puede estar presente durante la entrevista y preguntar al encuestado si desea ir a un sitio distinto o conducir la entrevista en otro momento para garantizar que se realice en privado. En las encuestas telefónicas puede ser difícil o imposible determinar quien estará presente con el encuestado durante la entrevista.

425. Sin embargo, las entrevistas cara a cara son costosas debido al tiempo y los costos asociados con el traslado de los entrevistadores hacia y desde el hogar del encuestado o hacia otro lugar donde se realice la entrevista. Por lo tanto, algunas encuestas que utilizan entrevistas cara a cara utilizan grupos de direcciones para reducir dichos costos de traslado. El agrupar a los encuestados disminuye el tiempo de traslado entre entrevistas. Sin embargo, si tiene un impacto sobre las variaciones asociadas con los cálculos. Estos efectos pueden contabilizarse en el proceso de cálculo. A menudo dicho agrupamiento es un componente de un proceso de muestreo estratificado de etapas múltiples.

426. Además de que sus costos son más elevados, las entrevistas cara a cara tienen otras desventajas en comparación con las entrevistas telefónicas. Los entrevistadores trabajan con menor supervisión de la que tendrían si condujeran las entrevistas telefónicas desde una estación central. Por lo general, los entrevistadores que realizan entrevistas en visitas personales únicamente son observados durante una pequeña fracción de las entrevistas que conducen. Aunque se pueden usar otras formas de control de calidad para garantizar la precisión de las respuestas, el estilo e interacción de los entrevistadores con los encuestados puede tener un enorme impacto sobre los resultados de la encuesta.

427. Las condiciones culturales y sociales también pueden restringir el uso de entrevistas cara a cara.

Por ejemplo, en las comunidades pequeñas, los entrevistadores podrían conocer a los encuestados; una situación que puede afectar la probabilidad que los encuestados participen u ofrezcan información sobre sus experiencias. Este también puede ser el caso si se reclutan entrevistadores de una minoría para entrevistar encuestados de poblaciones minoritarias relativamente pequeñas. Además, los entrevistadores pueden influir en las respuestas de los encuestados con sus acciones o con las actitudes que presenten ante los encuestados durante la entrevista, introduciendo así un sesgo en los resultados de la encuesta. Este sesgo potencial también puede estar presente en las entrevistas telefónicas, a pesar de que dicho modo de comunicación reduciría el efecto del sesgo.

428. También puede ser difícil encontrar entrevistadores dispuestos a trasladarse a algunos lugares, especialmente al anochecer, debido a inquietudes sobre su seguridad. Los requisitos de seguridad de algunas áreas exigen que los entrevistadores se trasladen en pares, aumentando los costos de enumeración; esta puede ser una inquietud especial en el caso de las encuestas sobre violencia contra la mujer, que generalmente requieren entrevistadoras femeninas. Al entrevistar a minorías, entrevistadores podrían tener que realizar entrevistas en áreas que consideran inseguras, y pueden estar renuentes a portar equipo costoso como computadoras personales por miedo de ser asaltados.

429. Algunos encuestados podrían mostrarse más renuentes a proveer información sobre temas delicados en las entrevistas cara a cara de lo que lo estarían en otro modo de entrevista, porque las entrevistas telefónicas, por ejemplo, son menos personales y por lo tanto le otorgan al encuestado mayor anonimato que las entrevistas cara a cara.

430. Aunque históricamente las entrevistas cara a cara han estado asociadas con mayores tasas de participación, es posible que los cambios en la sociedad hagan que la gente esté menos dispuesta a admitir un desconocido en su hogar para que conduzca una entrevista, aún si está acreditado. Esto podría reducir la ventaja de las visitas personales. Sin embargo, de igual manera, en algunas sociedades el volumen de investigaciones de mercado y de otro tipo de contactos telefónicos pueden hacer que la gente esté renuente a participar en entrevistas telefónicas.

Entrevistas telefónicas

431. Las entrevistas telefónicas se han vuelto un modo de encuesta popular en los países y regiones en los cuales la cobertura telefónica es amplia. Pueden realizarse desde el hogar del entrevistador, o desde centros de llamadas centralizados diseñados para dicho propósito. Las entrevistas telefónicas a veces pueden ser consideradas como alternativa a las entrevistas cara a cara debido a su menor costo.

432. Los entrevistadores pueden realizar varios intentos para contactar a los encuestados difíciles de ubicar incurrir en la repetición de los costos de traslado asociados con la repetición de los traslados al hogar del encuestado. Las entrevistas telefónicas pueden ofrecer una mayor flexibilidad en la coordinación del horario de entrevista que las entrevistas cara a cara y permiten que los cuestionarios se finalicen en más de una entrevista.

433. Las entrevistas telefónicas pueden ofrecer a los encuestados un mayor anonimato que las entrevistas cara a cara y, en algunas circunstancias, pueden resultar más adecuadas para recoger información delicada. Las entrevistas telefónicas también otorgan a los entrevistadores un mayor grado de seguridad, ya que no tienen que trasladarse a áreas posiblemente peligrosas, o de noche, para conducir las entrevistas. Las entrevistas telefónicas también ofrecen una mayor seguridad para algunos encuestados al permitir que las entrevistas se realicen cuando ellos saben que no habrá otras personas, aunque ello requiere administración y costos adicionales. Sin embargo, esta puede ser una característica útil de las encuestas que abordan temas como la violencia contra las mujeres, en las cuales la seguridad de la encuestada es una inquietud especial.

434. Si se conducen desde un centro de llamadas centralizado, las entrevistas telefónicas permiten una supervisión más estrecha de los entrevistadores y un mejor monitoreo de las entrevistas que las entrevistas en visitas personales. La supervisión además puede facilitarse aún más si se realizan entrevistas telefónicas asistidas por computadora (CATI). La mayoría de los paquetes de software CATI incorporan funciones de monitoreo que permiten a los supervisores observar los casos que están siendo entrevistados en vivo. Esto permite una retroalimentación inmediata para los entrevistadores, para corregir cualquier error o falla en sus aptitudes de entrevista.

435. Un marco de muestreo telefónico, como el marcado aleatorio (RDD) elimina la necesidad de agrupar los casos de la muestra para reducir los costos; un procedimiento que aumenta las variaciones en torno a los cálculos de las encuestas.

436. Existen desventajas asociadas con las entrevistas telefónicas. A diferencia de las entrevistas en visitas personales, es más difícil que el entrevistador determine la identidad real de la persona con quien habla. Los encuestados que no desean participar le pueden decir al entrevistador que no están en casa o que no están disponibles.

437. Las encuestas conducidas por teléfono pueden recurrir al muestreo aleatorio o utilizar marcos de muestreo de listas de números telefónicos. En las naciones o regiones en las que una proporción sustancial de la población no tiene teléfono, el marco de muestreo telefónico no será representativo de la población. En dichos casos, la muestra resultante tendrá un sesgo.

438. Las encuestas telefónicas generalmente no pueden ser igual de largas o complejas que las entrevistas en visitas personales porque tanto los encuestados como los entrevistadores se cansan más rápidamente. El modo CATI ha aliviado dicha fatiga en cierto grado, pero las entrevistas telefónicas no permiten el uso de guías visuales, que se pueden usar en las entrevistas en visitas personales para ayudar a explicar conceptos complejos o para reducir la carga impuesta al encuestado (consultar párrafo 423).

439. El crecimiento del uso de teléfonos móviles empieza a tener un impacto sobre las entrevistas telefónicas en algunas naciones. Los teléfonos móviles presentan problemas tanto para el desarrollo de un marco de muestreo telefónico como para la conducción de entrevistas telefónicas. A medida que aumenta el número de teléfonos móviles, los marcos de muestreo telefónicos podrían ser incapaces de distinguir entre líneas fijas y teléfonos móviles. Esto aumenta el número de llamadas requeridas para obtener entrevistas y también complica los algoritmos de ponderación usados para hacer que los datos sean representativos de la población. Algunas naciones no permiten que se realicen entrevistas en los teléfonos móviles porque no son seguros y porque pueden ocasionarle gastos por uso a los encuestados durante la entrevista.

440. En años recientes, muchos países han experimentado un crecimiento en el uso de los dispositivos y servicios que permiten a la gente restringir el acceso telefónico a sus hogares. Servicios como el identificador y el bloqueo de llamadas, junto con los dispositivos de filtro de llamadas pueden dificultarle a los entrevistadores el contactar a posibles encuestados y obtener entrevistas. Esto es particularmente inquietante para los marcos de muestreo de origen telefónico, como el RDD.

RECUADRO 29: LA EXPERIENCIA DE LA ENCUESTA ESCOCESA SOBRE VICTIMIZACIÓN

Antes de 2004, la *Encuesta escocesa sobre victimización* se conducía cada tres años por medio de entrevistas en persona en 5 000 hogares. La edición 2004 de la encuesta implicó el pasar a una muestra más grande, basada en el uso del teléfono, para producir cálculos más robustos sobre la victimización y conducir la encuesta con mayor frecuencia sin aumentar drásticamente el presupuesto de la encuesta. Para evaluar la transición hacia la encuesta telefónica, la encuesta de 2004 incluía una muestra paralela de 3 000 hogares extraídos de un marco de muestreo basado en direcciones postales que fueron entrevistados con visitas personales. La muestra objetivo de la muestra telefónica era de 27 000 hogares. Las tasas de respuesta de la encuesta telefónica mostraron ser mucho más bajas que los de la encuesta cara a cara (49 % y 67 %, respectivamente). La razón principal para que la encuesta telefónica tuviera un índice de respuesta menor es una tasa de rechazo mayor — 40 % de los encuestados elegibles se rehusaron, haciendo que el índice de rechazo telefónico fuera 140 % más alta que la de la encuesta cara a cara. Debido a las diferencias en la respuesta, y especialmente por el bajo índice de respuesta de la muestra telefónica, se condujo un análisis del sesgo de la no respuesta. Este análisis descubrió que la encuesta telefónica parece diferir de todas las fuentes de datos comparadas en una medida que no podía ser explicada con un error de muestreo. El informe concluyó que la encuesta telefónica parece estar sesgada sistemáticamente y dicho sesgo pare ser contra la gente que no ha experimentado ninguna forma de victimización. Por lo tanto existía el riesgo de que la encuesta telefónica inflara los cálculos de victimización. El informe final concluyó que aunque no había suficiente evidencia para concluir que la encuesta telefónica medía la victimización con precisión. Como resultado de este análisis, Escocia consideró que no podía usar los resultados de la encuesta telefónica porque no tenía suficiente confianza en que produjeran cálculos creíbles de la victimización. En lugar de ello, se rechazó la metodología telefónica por ser insuficientemente confiable, y Escocia ya repitió la encuesta para víctimas usando un método cara a cara similar al usado anteriormente en la *Encuesta escocesa sobre el delito*.

RECUADRO 30: LAS ENCUESTAS DE VICTIMIZACIÓN CATI DE ISTAT

La experiencia del Istat con las encuestas sociales en hogares comenzó en 1987 con un primer ciclo de estudios de propósito múltiple. Posteriormente, en 1993, los investigadores del instituto planearon un sistema de encuestas sociales: el Sistema de Propósito Múltiple. Este incluía una Encuesta anual de propósito múltiple, cuyo objetivo es investigar varios aspectos de la vida social de un hogar y encuestas temáticas periódicas de 5 años que se alternan cada año para estudiar aspectos particulares con mayor profundidad: las condiciones de salud, el tiempo libre y la cultura, el uso del tiempo, las condiciones de los familiares, etc. Todas estas encuestas se realizaban — y se realizan — con la técnica de la entrevista cara a cara. La experiencia de las encuestas PAPI estaba bien establecida en el instituto hasta la década de 1990, cuando la necesidad de estudiar la victimización exigió repasar el modo de entrevista, debido a la presencia de preguntas delicadas, específicamente aquellas que abordan el acoso y la violación sexual, las amenazas y las agresiones, pero también, por ejemplo, los sistemas de seguridad adoptados por los hogares.

Considerando que las entrevistas cara a cara del Istat son realizadas por un empleado municipal y que en Italia muchos de los municipios son muy ‘pequeños’ y hay muchas posibilidades de que la gente se conozca, los investigadores decidieron cambiar a encuestas telefónicas. La principal razón era evitar el riesgo de que las entrevistas cara a cara pudieran verse afectadas por sensaciones de vergüenza, con la consecuencia de una menor divulgación y de una subvaloración de los incidentes. El modo telefónico es muy útil al realizar una entrevista difícil porque permite a la víctima interrumpir la llamada y hacer una cita en cualquier momento, si el entrevistado no se siente seguro o si está demasiado involucrado emocionalmente. El uso del modo telefónico como garantía de anonimato también ha sido destacado con otras experiencias, como aquellas de los albergues y las líneas de ayuda, en las cuales se usa el modo telefónico para el primer contacto con la víctima.

Por esas razones, en 1996 Istat atravesó su primera experiencia de entrevista telefónica con la encuesta piloto sobre victimización. El modo CATI fue caracterizado como un enfoque de datos de gran calidad; Istat de hecho desarrolló y mejoró muchas herramientas para monitorizar la calidad en cada etapa de la encuesta y, debido al hecho de que la fase de recolección de datos está centralizada, se prestó mayor atención a la capacitación del entrevistador y el proceso diario de monitoreo. Más aún, comparando los cálculos sobre la victimización con aquellos que arrojaron otros modos de entrevista (entrevistas cara a cara y cuestionarios llenados por el mismo encuestado) usados por Istat mostró que no surgieron diferencias significativas.

Esta alentadora primera experiencia con CATI llevó a la encuesta final sobre victimización que fue realizada por primera vez en 1997/98 y posteriormente fue repetida con éxito en las ediciones de 2002 y 2008.

Entrevistas auto aplicada

441. Los cuestionarios auto-administrados son llenados por los encuestados y no por el entrevistador. La forma más común de cuestionario auto-administrado es el cuestionario postal. Dichas encuestas suelen ser menos costosas que las entrevistas cara a cara y las entrevistas telefónicas, pero tienen algunas fuertes desventajas que se discuten a continuación. Por lo general no se recomienda este método de encuesta para las encuestas de victimización.

442. Además de los cuestionarios postales, en años recientes se han desarrollado algunas otras formas de encuestas auto-aplicadas, que aprovechan los avances de la tecnología informática y telefónica, bajo la forma de varios tipos de auto entrevista asistida por computadora (CASI). Uno de ellos es la entrevista personal de audio auto-respondida (ACASI), en la cual se da al encuestado la oportunidad de responder por sí mismos al cuestionario computarizado durante la entrevista personal. Otro es el equivalente telefónico al ACASI, en el cual una grabación telefónica automatizada pide a los encuestados que marquen sus respuestas con el teclado o diciendo sus respuestas en voz alta. Las encuestas por Internet son otra forma de encuesta auto-administrada y pueden ir desde una versión en Internet de un simple cuestionario postal hasta un formulario auto-administrado altamente estructurado como el que usaría en una encuesta CASI cara a cara.

443. Los cuestionarios que los encuestados responden por sí mismos tienen la ventaja de que ofrecen privacidad y anonimato hasta un grado que es imposible con las entrevistas cara a cara o telefónicas. Los encuestados no tienen que relatar por sí mismos información delicada a otra persona, sino que la pueden capturar en el formulario ellos mismos. En el caso de las encuestas de victimización, esto puede ofrecer un mejor vehículo para la medición de delitos como la violencia doméstica o la agresión sexual. La encuesta británica sobre el delito (BCS) incorpora un componente CASI dentro de su metodología cara a cara para ofrecer cálculos de la violencia contra las mujeres. En la experiencia de la BCS, los cálculos de la violencia doméstica de la sección auto administrada del cuestionario han sido hasta cinco veces más altos que los cálculos de este delito que arrojó el uso de CAPI.

444. Los cuestionarios auto-administrados deben ser diseñados para que sean fácilmente comprendidos por aquellos encuestados que pudieran no estar familiarizados con los conceptos que la encuesta está

intentando transmitir o con las estructuras de los cuestionarios. Por esta razón, no pueden ser tan complejos como las encuestas que utilizan entrevistadores capacitados. En el caso de las encuestas ACASI, el entrevistador está presente durante la entrevista para ayudar al encuestado si es necesario, pero igual que sucede con las encuestas postales, los encuestados no tienen recursos que los ayuden a responder el cuestionario. Por lo tanto, las encuestas postales generalmente tienen más puntos sin respuesta y respuestas inadecuadas que las encuestas conducidas por entrevistadores.

445. Los cuestionarios de encuesta postal también tienen la desventaja de ofrecer a los encuestados mayores oportunidades de rehusarse a participar. Normalmente, las tasas de respuesta a las encuestas por correo son extremadamente bajas, y por lo tanto se requiere enviar un gran número de cuestionarios para obtener suficientes respuestas para permitir el análisis. En el caso de las encuestas de victimización, las cuales buscan medir eventos relativamente inusuales, esto puede representar un problema formidable. Además, las bajas tasas de respuesta tienden a crear muestras sesgadas si algunas de las subpoblaciones responden menos que otras.

446. Otra desventaja de las encuestas postales puede ser el tiempo que toma realizarlas. Casi siempre se tienen que hacer múltiples envíos a los posibles encuestados para persuadirlos a participar, dejando pasar algunas semanas entre cada uno. Esto puede reducirse en algunas circunstancias permitiendo que los encuestados envíen los cuestionarios por fax en vez de por correo. Otro enfoque nuevo es que los destinatarios de las encuestas postales tengan la opción, en vez de devolver el cuestionario por correo, de responderlo en línea (se les pueden dar códigos individuales de acceso para ingresar a la encuesta web).

Cuestionarios por Internet

447. Con el crecimiento de la web, algunas encuestas (pero actualmente ninguna de las encuestas nacionales de victimización incluidas en el inventario de la ONUDD-CEE) se conducen usando cuestionarios a los que los encuestados pueden tener acceso visitando un sitio web. Actualmente el acceso a Internet no está lo suficientemente difundido en ningún país para permitir que se use Internet para diseñar un marco de muestreo. Por lo tanto, los cuestionarios por Internet son viables como parte de un trabajo con modos fijos, pero no como único medio para conducir una encuesta que produzca cálculos representativos y sin sesgo. Ello no será posible hasta que la posesión de computadoras personales esté tan difundido como la de los teléfonos.

448. Vale la pena reconocer que los cuestionarios por Internet pueden ser particularmente útiles al dirigirse a grupos específicos, como las empresas (consultar el Recuadro 30).

RECUADRO 31: LA ENCUESTA ITALIANA SOBRE VICTIMIZACIÓN A EMPRESAS

La primera Encuesta italiana sobre victimización a empresas fue conducida en 2008, con una muestra de 83 136 instalaciones empresariales, usando un cuestionario por Internet. La preferencia de este método y su utilidad puede explicarse con los siguientes aspectos:

- Permitió una muestra mayor: el uso de un cuestionario por Internet, principalmente debido a la reducción en los costos, hizo posible diseñar una muestra mayor para que fuera representativa a nivel provincial de las regiones del sur de Italia y a nivel regional del resto del país;

- Arrojó una tasa de respuesta más elevada: debido a que las empresas podían responder al cuestionario en cualquier momento, ya sea en el lugar de trabajo o en casa, incluso con varias interrupciones, también podían responder las preguntas más específicas (como por ejemplo los costos del seguro, los costos de la prevención del delito, etc.) de los cuales se solicitaron datos detallados.

- Hizo énfasis en la privacidad del encuestado: el hecho de que no existiera interacción directa entre el entrevistador y el entrevistado fue particularmente importante en el caso de las preguntas que buscaban recoger datos sobre fenómenos vinculados al crimen organizado como la extorsión, la usura, la corrupción. Los encuestados pueden sentir más libertad de proveer datos delicados cuando no hay posibilidad de ser juzgados por el entrevistador.

Entrevistas de modo mixto

449. Algunas naciones han comenzado a combinar distintos modos para la conducción de encuestas de victimización, para aprovechar los beneficios que ofrecen y reducir las desventajas de los modos de entrevista tradicional. Como se describió anteriormente, para compensar la renuencia de los encuestados a ofrecer información sobre la agresión sexual y la violencia doméstica, la encuesta británica sobre el delito (BCS) combina una entrevista CAPI cara a cara que cubre una amplia gama de delitos (incluyendo la violencia doméstica) seguida de una sección auto-administrada (CASI), que cubre temas deli-

cados, incluyendo la violencia doméstica, las agresiones sexuales y el uso ilícito de drogas. Actualmente la sección auto-aplicada se limita a personas de entre 16 y 69 años de edad. La BCS obtiene niveles de violencia doméstica cinco veces más altos en la sección auto aplicada que los de la sección cara a cara.

450. Si tanto la dirección como el teléfono de la persona de la muestra están disponibles cuando se diseña el marco de muestreo, la encuesta podría, por ejemplo, exigir entrevistas telefónicas en los hogares que tienen teléfonos y entrevistas cara a cara en los hogares sin acceso al teléfono. El uso creciente de Internet puede ofrecer oportunidades para desarrollar un enfoque de modo mixto usando una combinación de entrevistas cara a cara y respuestas por Internet, por ejemplo.

451. El uso de múltiples modos puede arrojar mejores tasas de respuesta. Los encuestados a los que no se pueda contactar con uno de los métodos pueden ser contactados con el otro, aumentando así la posibilidad de que participen en la encuesta. Sin embargo, como sucedió con la *Encuesta escocesa sobre victimización* discutida en el recuadro anterior, el modo de entrevista puede tener algún efecto sobre los resultados

Resumen de las ventajas y desventajas de los modos de encuesta

452. Entrevistas cara a cara:

Ventajas:

- Identificación positiva de los encuestados
- Potencial de obtener tasas de respuesta más elevadas
- Potencial de generar un mejor nexo entre el entrevistador y el encuestado
- Permite el uso de las guías de entrevista, como las tarjetas de información
- El entrevistador puede obtener información sobre la vivienda y el barrio por observación
- Permiten el uso de cuestionarios más largos y más complejos
- Pueden ofrecer mayor privacidad que otros modos

Desventajas:

- Son más caras que otros modos de recolección de datos
- Pueden aumentar las variaciones en torno a los cálculos si la muestra es agrupada para reducir costos
- Los intentos reiterados para contactar a los encuestados pueden resultar costosos
- Permiten menos supervisión de los entrevistadores que las entrevistas telefónicas.
- Temor por la seguridad del entrevistador en áreas potencialmente peligrosas
- Las inquietudes sobre la privacidad pueden dar lugar a menores tasas de respuesta en algunas áreas

453. Entrevistas telefónicas:

Ventajas:

- Menos costosas que las entrevistas cara a cara
- Permiten intentos reiterados para contactar a los encuestados a un menor costo
- Ofrecen una mayor seguridad para los entrevistadores
- Si se conducen desde instalaciones centralizadas, permite una mayor supervisión de los entrevistadores
- Ofrecen un mayor anonimato, lo cual puede fomentar que se reporten temas delicados
- Eliminan la necesidad de agrupar la muestra para reducir los costos de enumeración
- Pueden permitir una mayor flexibilidad en la coordinación de los horarios de entrevista

Desventajas:

- Más difícil determinar la identidad del encuestado
- Requieren una elevada saturación telefónica en todo el país o la región para evitar que se cree un marco de muestreo sesgado
- No pueden ser tan largas o complejas como las entrevistas cara a cara
- No se pueden usar guías visuales para conducir la entrevista
- El aumento en el uso de teléfonos móviles puede crear problemas para crear marcos de muestreo y conducir entrevistas
- El aumento en el uso de tecnologías como el identificador y el bloqueo de llamadas pueden inhibir la capacidad de contactar a los encuestados

454. Encuestas auto aplicadas

Ventajas:

- Las encuestas postales suelen ser menos costosas que los demás modos de encuesta
- Ofrecen mayor privacidad y anonimato que otros modos
- Pueden facilitar el plantear preguntas delicadas

Desventajas:

- Pueden ser de estructura y contenido más sencillo
- Las encuestas postales normalmente tienen tasas de participación muy bajas, lo cual afecta significativamente la representatividad de la muestra obtenida
- Las encuestas postales requieren un largo periodo de enumeración

455. Cuestionarios por Internet

Ventajas:

- Pueden reducir los costos del procesamiento de datos
- Ofrecen mayor privacidad y anonimato
- Pueden facilitar el plantear preguntas delicadas
- Pueden permitir preguntas más detalladas que las encuestas telefónicas, que son más cortas

Desventajas:

- Requieren una elevada saturación de Internet en todo el país o la región para evitar que se cree un marco de muestreo sesgado
- Aún no son una opción viable a menos que estén incorporados a una configuración de modo mixto

456. Entrevistas de modo mixto

Ventajas:

- Pueden reducir los costos de la entrevista
- Pueden usar modos que ofrezcan privacidad o anonimato para facilitar el plantear preguntas delicadas
- Pueden mejorar las tasas de respuesta

Desventajas:

- Su uso puede estar limitado por los recursos disponibles u otras consideraciones

Métodos de captura de datos

457. Existe una variedad de opciones para registrar la información provista por los encuestados y transferirla del cuestionario a los archivos informáticos. Los cuestionarios de papel y lápiz y los cuestionarios postales requieren algún procedimiento para dicha transferencia; en las entrevistas asistidas por computadora, esta transferencia puede hacerse utilizando software incorporado al diseño del cuestionario.

Papel y lápiz

458. Los instrumentos de papel y lápiz son los medios tradicionales usados para conducir entrevistas. Los entrevistadores (o encuestados en los cuestionarios auto-administrados) leen las preguntas y registran las respuestas en formularios impresos. Después se tiene que codificar la información o capturarla de alguna manera en una computadora para que sea analizada.

459. Los instrumentos de papel y lápiz, aunque siguen siendo ampliamente usados, han sido reemplazados con instrumentos asistidos por computadoras en muchas naciones. Donde aún se utilizan los cuestionarios de papel es porque los costos asociados con el desarrollo de instrumentos automatizados y con suministrar computadoras; generalmente portátiles, al potencialmente alto número de entrevistadores. Puede ser menos costoso crear un instrumento de papel con la captura de los datos y los protocolos de procesamiento informático de lo que sería obtener y mantener el equipo y desarrollar los cuestionarios automatizados requeridos para las entrevistas asistidas por computadora. A veces el uso de cuestionarios de lápiz y papel puede estar basado en preocupaciones sobre la seguridad, si los entrevistadores no están dispuestos a portar equipo costoso en áreas que consideran inseguras.

460. Los cuestionarios de papel tienen pocas ventajas, si acaso las tienen, sobre los instrumentos com-

putarizados si el costo de la implementación de los instrumentos computarizados no es un problema. Pero sí tienen una variedad de desventajas. No pueden ser tan complejos como los instrumentos computarizados. Las instrucciones de salto, que guían al entrevistador de una pregunta a la siguiente pregunta que corresponde, deben ser lo suficientemente sencillos para que los entrevistadores (o los encuestados en el caso de los cuestionarios auto administrados) las sigan sin equivocarse. Dichos errores dan lugar a que se realicen preguntas inadecuadas y, a menudo, a que no se obtenga información importante sobre la victimización que está siendo discutida.

461. Después de la entrevista, los cuestionarios generalmente atraviesan una variedad de procesos, como correcciones humanas y computarizadas para eliminar las inconsistencias y errores que tengan. Sin embargo, cada paso también introduce la posibilidad de errores y pérdida de datos. Los editores pueden erróneamente convertir una respuesta correcta en una respuesta incorrecta. Los cuestionarios de papel pueden extraviarse o perderse durante su traslado del entrevistador al centro de procesamiento de datos. La información del instrumento de papel posteriormente debe ser capturada en computadoras. Ello puede efectuarse de una variedad de maneras; la más común es tecleando las partidas, con la posibilidad de capturar erróneamente los datos. Un medio alternativo para la transferencia de los datos de los formularios de papel a archivos informáticos es escanear los datos de los cuestionarios especialmente diseñados para dicho propósito.

462. El procesamiento de los datos de los cuestionarios de papel toma más tiempo y es más costoso que procesarlos desde los instrumentos computarizados debido a los pasos adicionales que se requieren tras la entrevista.

Entrevistas asistidas por computadora (CAI)

463. Las entrevistas personales (CAPI) o telefónicas (CATI) asistidas por computadora están reemplazando rápidamente a las entrevistas de papel y lápiz debido a sus muchas ventajas. La primera es que eliminan la necesidad de trasladar los datos de los formularios de papel a archivos computarizados, un paso que puede añadir errores a los datos. Además, los cuestionarios administrados por computadora pueden ser diseñados para incorporar secuencias de pregunta más complejas de las que permiten los cuestionarios de papel y la encuesta puede utilizar mejor la información obtenida durante la entrevista para dirigir las preguntas posteriores. En una encuesta con diseño de panel, la computadora puede usarse para recordar la información provista en alguna entrevista anterior.

464. Las encuestas aplicadas por computadora también pueden estar diseñadas para reducir los errores del entrevistador. En los cuestionarios de papel, los entrevistadores (o los encuestados, en el caso de las encuestas auto-aplicadas) deben seguir las instrucciones contenidas en los formularios para hacer las preguntas adecuadas basándose en las respuestas provistas. Si el entrevistador sigue el camino incorrecto, se pueden omitir preguntas que deberían realizarse, y se pueden realizar preguntas inadecuadas. Los cuestionarios administrados por computadora automatizan este proceso, forzando al entrevistador a pasar a la siguiente pregunta adecuada.

465. También está creciendo el uso de las encuestas auto-aplicadas asistidas por computadora y ofrecen ventajas similares por encima del papel para las entrevistas CAPI y CATI. La complejidad del instrumento es transparente para el encuestado y la siguiente pregunta apropiada aparece en la pantalla de acuerdo a la última respuesta.

Selección del modo y método adecuado para la captura de datos

466. Para determinar la elección del modo de encuesta y de captura de datos correcto, el desarrollador de la encuesta debe evaluar una variedad de factores, incluyendo el costo, la disponibilidad de recursos y de entrevistadores capacitados, los objetivos de encuesta y las posibles fuentes de error. No existe un modo de encuesta perfecto, aunque evidentemente algunos modos son preferibles a otros en ciertas circunstancias. En general, las encuestas postales no son adecuadas para medir la victimización debido al problema de la baja tasa de respuesta y la mala representatividad de la muestra obtenida.

467. Las encuestas de victimización tienen algunas características especiales que influyen en el proceso de selección del modo de la encuesta y el método de captura de los datos. Muchos de los conceptos asociados con la victimización son complejos y pueden ser difíciles de comprender para los encuestados. Los entrevistadores capacitados para explicar los propósitos de la encuesta pueden ayudar a los encuestados a comprender mejor los conceptos y protocolos de encuesta. Las encuestas de victimización generalmente miden eventos que ocurrieron durante un lapso específico. Los entrevistadores también

pueden ayudar a garantizar que los eventos que están siendo medidos hayan de hecho ocurrido en el periodo de referencia de la encuesta. Por el otro lado, los entrevistadores pueden tener un efecto negativo y filtrar información provista por los encuestados o disuadir a los encuestados de proveer información sobre temas delicados. De igual manera, los cuestionarios computarizados pueden simplificar y facilitar en gran medida la entrevista, pero en algunas circunstancias, restringen las respuestas y disminuyen la precisión de los datos.

468. Factores como la cobertura telefónica en la nación o área que está siendo encuestada, la disponibilidad de entrevistadores capacitados y los recursos financieros para la encuesta también tienen un papel prominente en el proceso de selección. Además, el alcance de la encuesta y el tamaño previsto para la muestra también serán factores en el proceso de selección. En una encuesta que mida una amplia gama de delitos, una entrevista telefónica o durante una visita personal (o, si hay disponibilidad de fondos, una entrevista durante una visita personal con ayuda de una computadora) puede ser el modo elegido.

469. De igual manera, en una encuesta con una muestra de tamaño considerable, las entrevistas telefónicas pueden ser la opción más rentable. Si se utiliza una muestra más pequeña, puede ser factible conducir las entrevistas durante una visita personal. Por último, las entrevistas combinadas se vuelven cada vez más comunes y le permiten al diseñador de la encuesta aprovechar las fortalezas de varios modos y métodos de recolección de datos.

K. Periodo de referencia

470. Todas las encuestas retrospectivas sobre victimización deben definir un marco temporal para el reporte de los delitos experimentados por la población de la encuesta. Esto se conoce como ‘el periodo de referencia de la victimización.’ El periodo de referencia de la victimización puede variar, desde la experiencia de toda una vida a tan solo el último mes. Las notas metodológicas de la encuesta NCVS de Estados Unidos declaran que:

Generalmente los encuestados pueden recordar con mayor precisión un evento que haya ocurrido en un plazo de tres meses antes de la entrevista que uno ocurrido en un plazo de seis meses; pueden recordar los eventos que estén dentro de un periodo de seis meses con mayor precisión que los de un periodo de 12 meses. Sin embargo, un periodo de referencia más corto requeriría más entrevistas de campo al año, aumentando los costos de recolección de datos significativamente. Este aumento de costos tendría que ser equilibrado con reducciones de costos en otras partes (a menudo se piensa en el tamaño de la muestra). Sin embargo, reducir el tamaño de la muestra reduce la precisión de los cálculos de los delitos relativamente inusuales.⁶⁴

471. En vista de estos sacrificios entre costo y precisión, en la encuesta NCVS de Estados Unidos se utiliza un periodo de referencia de seis meses. La encuesta británica sobre el delito (BCS) usa 12 meses, y en Italia el periodo de remembranza es de tres años y 12 meses. La mayoría de las encuestas usan un periodo de referencia de un año, aunque existen distintos enfoques para lograrlo.

472. Independientemente de ello, el uso previsto para los datos debe ser tomado en cuenta antes de elegir el periodo de referencia. La experiencia a lo largo de la vida puede ser importante para algunas formas de victimización (p. ej. delitos inusuales, pero graves, como el abuso sexual) pero, en general, los periodos más cortos o más recientes son más útiles para dar una idea más actualizada del delito y (en los casos en los que se repite la encuesta) para mostrar la manera en que cambian los niveles delictivos a lo largo del tiempo. Cada tipo distinto de delito se puede beneficiar de tener un periodo de remembranza distinto, aunque deben ser equilibrados con la confusión que se causa al encuestado, y con el hecho de que lo considerado ‘inusual’ o ‘grave’ puede variar de acuerdo con el país, la cultura o a lo largo del tiempo.

473. También se pueden usar múltiples marcos temporales, lo cual puede ayudar a equilibrar la necesidad de niveles de prevalencia precisos a lo largo de un periodo más largo, al tiempo que ofrecen mayores detalles sobre los eventos recientes, incluyendo los cálculos sobre el número de incidentes. Los marcos temporales múltiples también permiten tener una imagen de las experiencias a un plazo más largo (p. ej. las experiencias a lo largo de la vida) para ser comparada con el mayor nivel de detalle de los eventos recientes. Entre los ejemplos de marcos temporales múltiples están la encuesta ICVS, que utiliza cinco

⁶⁴ Consultar la guía de recursos de la *Encuesta Nacional sobre Victimización Delictiva* del Archivo Nacional de Datos sobre la Justicia Penal, en <http://www.icpsr.umich.edu/NACJD/NCVS/>.

años y un año para todos los tipos de delitos y la encuesta BCS que utiliza toda la vida (desde la edad de 16) y los últimos 12 meses para la violencia doméstica y sexual. La encuesta canadiense sobre victimización también utiliza periodos de referencia mixtos —12 meses consecutivos para la mayoría de los delitos, y los últimos cinco años para los módulos más delicados. La encuesta NCVS de Estados Unidos utiliza un periodo de referencia de seis meses, pero vuelve a entrevistar a la misma gente hasta siete veces, lo cual aumenta el periodo de referencia añadiendo entrevistas.

474. El uso de preguntas sobre la experiencia a lo largo de la vida o ‘desde la edad de 16’ también tiene algunas ventajas, pero puede dar lugar a problemas en la interpretación de los resultados. En las encuestas sobre la violencia contra la mujer, por ejemplo, la experiencia a lo largo de la vida puede ser útil como variable explicativa de los niveles de miedo o inquietud con respecto al delito. Sin embargo, los resultados también son equívocos, ya que algunas veces puede haber menores niveles de victimización de las víctimas de mayor edad debido a menores niveles de violencia en el pasado, a una renuencia a divulgar eventos o recordar problemas, el periodo de tiempo transcurrido siendo mayor.

Definición del periodo de referencia

475. Además de la longitud del periodo de referencia, se debe considerar su definición. Esta es una cuestión particular para los periodos de referencia de un año. Algunas encuestas de victimización utilizan el concepto de “el último año natural”, pero otros usan los 12 meses anteriores a la entrevista (‘últimos 12 meses’). La ventaja del año natural es que está definido con claridad en la mente del encuestado, pero esto también puede tener implicaciones relacionadas con el momento en que se realizan las entrevistas.

476. El periodo de referencia debe ser lo más cercano posible a la fecha de la entrevista para reducir los errores de memoria. Cuando el periodo de referencia sea un año natural las entrevistas deben ser realizadas a inicios del siguiente año, idealmente en enero, pero esto no siempre es posible, así que el objetivo debe ser terminar las entrevistas a más tardar en marzo. Los periodos de referencia que cubren los últimos 12 meses antes de la entrevista permiten una mayor flexibilidad. El trabajo de campo puede ser realizado en cualquier momento del año y alargarse por cualquier periodo. Cuando el periodo se extiende para que el trabajo de campo se realice a lo largo de un año o para que sea, los 12 meses a los que se hace referencia cambiarían durante el periodo de entrevista. Ello introduce algunas complicaciones para el reporte de los datos.

477. Cuando el periodo de referencia son los 12 meses anteriores a la entrevista, este periodo temporal requiere ser mejor definido. Es a partir del día anterior a la entrevista o los últimos 12 meses naturales (es decir, ¿un periodo de referencia de una entrevista que se realice el 12 de junio incluye los incidentes de junio?). Tomar los 12 meses naturales hace que la definición del inicio del periodo de referencia sea más clara (‘hasta junio del año pasado’ en vez de ‘hasta el 12 de junio del año pasado’) y también puede ser útil para el análisis si se requiere un periodo específico.

478. En 2001 se realizaron cambios al diseño de la encuesta británica sobre el delito (BCS), incluyendo el pasar del uso de periodos de referencia con años naturales fijos a un trabajo de campo continuo con un periodo de referencia de los 12 meses anteriores a la entrevista. Como parte de estos cambios al diseño, se realizó un ‘diseño partido’ o un ‘diseño con muestras divididas’ durante los primeros seis meses de 2001 para evaluar el impacto que tiene el cambiar a un periodo de referencia diferente sobre las tasas de victimización.⁶⁵ Las pruebas realizadas con respecto a las diferencias entre ambos periodos de referencia mostraron poca variación en los cálculos como resultado del cambio y cuando hubo diferencias, fueron identificadas como mejoras.

Técnicas de entrevista para mejorar la capacidad de recordar

479. Entre las consideraciones metodológicas están la precisión de la remembranza, ‘el traslado temporal’ y el momento de realización de las entrevistas. La precisión de la remembranza depende de la trascendencia del evento, su frecuencia y el tiempo que haya transcurrido desde que ocurrió. Si el delito es evento poco frecuente puede ser más probable que sea recordado, mientras que aquellos que experimentan delitos con frecuencia pueden tener más problemas para recordar cada incidente individual (por ejemplo, esto puede ser un problema que se presenta especialmente al reportar violencia doméstica). Además, los delitos menores pueden ser olvidados más fácilmente independientemente de su

⁶⁵ Consultar el informe técnico de la *encuesta británica sobre el delito* (BCS) 2001 (Inglaterra y Gales) disponible en <http://www.data-archive.ac.uk/doc/4786/mrdoc/pdf/4786userguide.pdf>.

frecuencia. Obviamente el tiempo transcurrido desde que ocurrió el delito afecta la probabilidad de que el encuestado lo recuerde; la longitud y definición del periodo de referencia son igualmente importantes, tanto como el momento en que se realice la entrevista con respecto al periodo que pretende sondear.

480. Existe una variedad de estrategias que pueden ser usadas para superar el problema de la precisión de la ubicación temporal de los incidentes. El uso de la guía para la memoria puede ayudar a despertar la memoria de la gente y a ubicar el delito en el periodo correcto. Por ejemplo, un calendario de eventos en el que se identifiquen cumpleaños, otros aniversarios y eventos importantes a lo largo del periodo de referencia puede ayudar a la gente a rememorar y anclar sus eventos de victimización en torno a eventos vitales más fáciles de recordar. Los calendarios de eventos también ayudan a reducir el problema del ‘traslado temporal’ en el cual los encuestados identifican incorrectamente que los delitos ocurrieron en el periodo de referencia — en parte debido a problemas de memoria y también por tratar de ‘ayudar’ al proceso de la entrevista.

481. Definir claramente las fechas del periodo de referencia puede ayudar a reducir el ‘traslado temporal’ (la inclusión de eventos que están fuera del periodo de referencia). También es útil repetir las fechas del periodo de referencia en intervalos regulares durante las preguntas sobre victimización (p. ej. ‘durante 2007’). Cuando el periodo de referencia sean los 12 meses anteriores a la entrevista, la fecha de inicio debe ser mencionada en la pregunta inicial (en los últimos 12 meses, es decir, hasta...) y debe ser repetida a intervalos regulares. También se pueden usar las fechas con mayor detalle. Por ejemplo, algunos trabajos realizados en Italia sugieren que el definir claramente las fechas de los incidentes individuales del delito reduce el efecto del traslado temporal.

482. Otra técnica para reducir los efectos del traslado temporal es usar la delimitación (bounding). Esta es una técnica en la cual se usa cierta información recogida para garantizar que no se cuente ninguna duplicación de victimizaciones. Un ejemplo de delimitación es usar dos periodos de referencia. Estos dos periodos de referencia pueden incluir que el entrevistador indague si cierto tipo de victimización sucedió ‘alguna vez’, y después seguir con preguntas relacionadas ‘a los últimos 12 meses.’ Esta estrategia implica que las personas tengan una menor tendencia a incluir en el periodo de referencia principal incidentes que ocurrieron antes de los últimos 12 meses. Italia introdujo un periodo de tres años seguido de los últimos 12 meses y la evidencia experimental sugiere que ello redujo la prevalencia de las tasas delictivas. Además, es posible comenzar preguntando sobre el episodio más reciente de cierto delito, además de los delitos dentro de un periodo de referencia específica, para que el encuestado no sienta que no puede ‘reportar’ delitos que todavía recuerde. Por ejemplo, si se usa el año natural, los incidentes que ocurrieron en enero del siguiente año pueden ser mencionados por los encuestados entrevistados en febrero (pero deben ser retirados del análisis posteriormente).

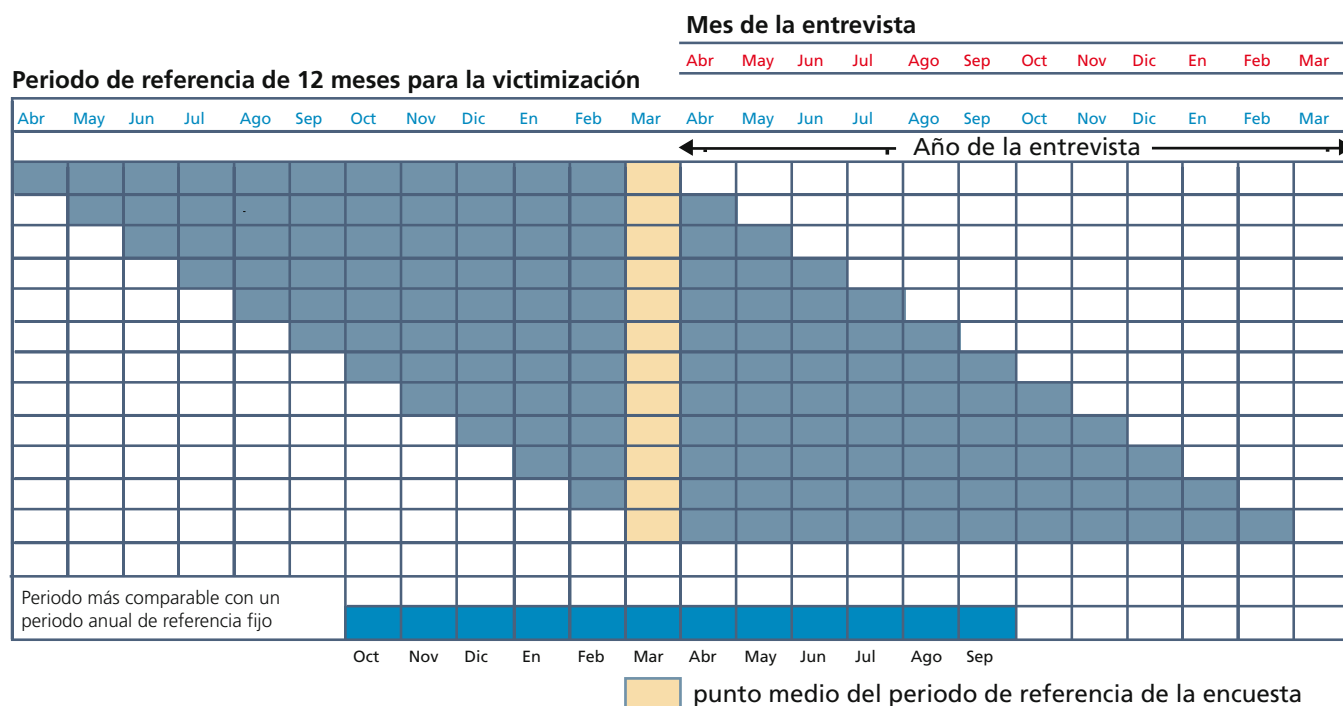
483. Es posible expandir estas técnicas, por ejemplo, en una encuesta de panel donde se use la totalidad de la primera entrevista como delimitador y se excluyan los resultados de los análisis. La encuesta NCVS de Estados Unidos ha usado esta técnica hasta hace poco, pero, por supuesto, esto añade un costo considerable a la encuesta.

Periodos de referencia móviles

484. Es importante resaltar que el reporte de resultados se complica más con los periodos de referencia móviles que con los fijos. Por ejemplo, una encuesta de victimización que tenga un periodo de referencia fijo reporta el delito de dicho periodo. Una encuesta que tenga un periodo de referencia móvil (de los 12 meses anteriores a la entrevista) reporta delitos que le hayan ocurrido a los encuestados en un periodo que comienza 12 meses antes del inicio del trabajo de campo y termina doce meses antes del fin del periodo de entrevista. En el caso de un trabajo de campo de un año, el periodo de reporte de delitos abarca 2 años (consultar Figura 6).

485. Esto tiene implicaciones para la manera en que se pueden utilizar los datos, por ejemplo, es difícil identificar el efecto de cualquier política nueva si existe una mayor demora temporal entre el episodio delictivo y la disponibilidad de los resultados. Además tiene otras implicaciones, por ejemplo, con respecto a la manera en que se presenta el periodo que cubre la encuesta. Puede ser difícil describir los resultados derivados de un periodo de referencia móvil y los resultados suelen ser reportados de acuerdo al periodo de las entrevistas en vez de tratar de calcular de manera precisa los delitos que ocurrieron en cierto año en particular. Es importante que personas que hayan encargado la encuesta valoren este elemento del diseño y las implicaciones de su reporte.

Figura 6: Distribución de los periodos de referencia en un año financiero de entrevistas de la encuesta británica sobre el delito (BCS) (abril-marzo)



RECUADRO 32: RESUMEN - PERIODOS DE REFERENCIA

La elección del periodo de referencia depende en gran medida de la frecuencia y el momento en que se realice la encuesta. En todos los casos el periodo de referencia debe ser lo más cercano posible a la fecha de la entrevista. Los periodos de referencia más cortos tienden a producir cálculos más precisos, pero pueden incrementar el costo de la encuesta, ya que el tamaño de las muestras tendrá que ser mayor para arrojar cálculos útiles. Los periodos de referencia más largos pueden ser útiles para calcular la prevalencia durante el periodo de una vida o los delitos particularmente inusuales, aunque sus resultados a veces pueden ser más difíciles de explicar.

Es posible usar múltiples periodos de referencia en una sola encuesta. Por ejemplo, se puede realizar una serie de preguntas sobre las experiencias de victimización en los últimos seis meses. Y en una sección posterior de la encuesta se pueden realizar preguntas sobre las experiencias de victimización durante toda la vida del encuestado.

Otra cuestión que se debe considerar al determinar los periodos de referencia es si se debe usar un periodo fijo (p. ej. un año natural). Pueden ser cuestiones prácticas las que determinen si se usa un periodo de referencia fijo o uno móvil (p. ej. los últimos 12 meses).

L. Referencias

Aromaa K. and Heiskanen, M. (eds. 2008), *Victimization Surveys in Comparative Perspective*, Papers from the Stockholm Criminology Symposium 2007, HEUNI Publication No. 56, Helsinki. <http://www.heuni.fi/uploads/ojyw1estdwh5b.pdf> (12/9/08).

Biderman, A. and Lynch, J. (1991) *Understanding Crime Incidence Statistics: Why the UCR Diverges from the NCS*. Springer.

Brunt, P., Mawby, R. and Hambly, Z. (2000) Tourist victimization and the fear of crime on holiday, *Tourism Management*, Volumen 21, Edición 4, Agosto, Páginas 417-424. http://www.sciencedirect.com/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V9R-401RX8S-9&_user=5235131&_rdoc=1&_fmt=&_orig=search&_sort=d&view=c&_version=1&_urlVersion=0&_userid=5235131&cmd5=af3c5b2df7e206b3ecbf98f9685b4ef2 (12/9/08).

Catalano, S.M., (2007). Methodological change in the NCVS and the effect on convergence, In J. Lynch and L. Addington (Eds), *Understanding crime statistics*, Cambridge: Cambridge University Press 2007.

European Commission (2006) Special Eurobarometer 245 / Wave 64.3 (Nov-Dec 2005). *Opinions on organised, cross-border crime and corruption*. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_245_sum_en.pdf (20/4/08).

- European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. *European Working Conditions Surveys (EWCS)*. <http://www.eurofound.europa.eu/ewco/surveys/index.htm> (12/9/08).
- Farrell, G. and K. Pease. (2007). 'The sting in the British Crime Survey tail: Multiple victimizations' in M. Maxfield and M. Hough (Eds). *Surveying Crime in the Twenty First Century*. Volume 22 of Crime Prevention Studies. Willan: Cullompton. (ISBN-13 (documento): 978-1-881798-75-0.).
- Gallup Europe, (2005). *Do lower response rates create response (estimation) bias? Effect of repeated recalls on crime experience estimations*. Powerpoint presentado en el taller EU ICS en noviembre de 2005 en la matriz de Gallup Europe.
- Goodey, J. and Aromaa, K. (eds. 2008), *Hate Crime*, HEUNI Publicación No. 57, Helsinki.
- Hope, S. (2005, November) *Scottish Crime and Victimization Survey. Calibration exercise: a comparison of survey methodologies. Research report for The Scottish Executive*. Visto el 10 de febrero de 2008.
- Johnson, H., Ollus, N. and Nevala, S., (2008). *Violence against Women: An International Perspective*. Springer: New York.
- Kury, H. (1993). *The influence of the type of data collection method on the results of victim surveys: A German research project*. In *Understanding Crime: Experiences of crime and crime control*, publicado por A. Alvazzi del Frate, U. Zvekic, y J.J.M. Van Dijk, Rome: UNICRI.
- Kury, H., Oberfell-Fuchs, J. and Würger, M., (2001). *Methodological problems in victim surveys: The example of the ICVS*. *International Journal of Comparative Criminology* 2(1): 38-56.
- Lee, M., Lewis, D., Crowley, M., Hock, E., Laskey, C.J., Loftin, C., Logan, W. and Addington, L. (1999) 'Developing Hate Crime Questions for the National Crime Victimization Survey', Documento presentado en la 54 Conferencia Anual de la American Association for Public Opinion Research. <https://www.amstat.org/sections/srms/Proceedings/20/4/08>.
- Lynch, J. (2005) 'Exploring the Effects of Changes in Design on the Analytical uses of the NCVS Data.' (with David Cantor) *Journal of Quantitative Criminology*. Vol.30, No.23.
- Lynch, J. (2006) 'Problems and Promise of Victimization Surveys for Cross-national Research.' In *Crime and Justice: An Annual Review*. Publicado por Michael Tonry y David Farrington. Vol. 34.
- Mugellini, G. and Lamon, P. (2006) 'Analysis of the 'Core Questionnaire' en el inventario de la ONUDD-CEE del cuestionario. The core questionnaire issue', ONUDD, inédito.
- Nassar-McMillan, S. C., and Borders, L. D. (2002). Use of focus groups in survey item development. *The Qualitative Report*, 7(1), March. Retrieved [24/11/08], from <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR7-1/nassar.html>.
- Oda, K., (1993). 'Japan' In *Understanding Crime: Experiences of crime and crime control*, publicado por A. Alvazzi del Frate, U. Zvekic, y J.J.M. Van Dijk, Roma: UNICRI.
- Pfeiffer, C., Windzio, M. and Kleimann, M. (2005). Media Use and its Impacts on Crime Perception, Sentencing Attitudes and Crime Policy. *European Journal of Criminology*. 2005; 2: 259-285.
- Schneider, A.L., (1981). 'Methodological problems in victim surveys and their implications for research in victimology'. *Journal of Criminal Law and Criminology*, Vol 72, No. 2.
- Stangeland, P. (1995): *The Crime Puzzle. Crime Patterns and Crime Displacement in Southern Spain*. Malaga: Miguel Gómez Ediciones.
- Van Dijk, J.J.M. and Mayhew, P., (1992) *Criminal victimization in the industrialised world. Key findings of the 1989 and 1992 International Crime Surveys*. La Haya: Ministerio de Justicia, Holanda.
- Van Dijk, J.J.M., Van Kesteren, J. and Smit, P.; (2008). *Criminal Victimization in International Perspective. Key findings from the 2004-2005 ICVS and EU ICS*. WODC: Netherlands.
- Wolfgang, M. (1958). *Patterns in Criminal Homicide*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

CAPÍTULO V. DISEÑO DE CUESTIONARIOS

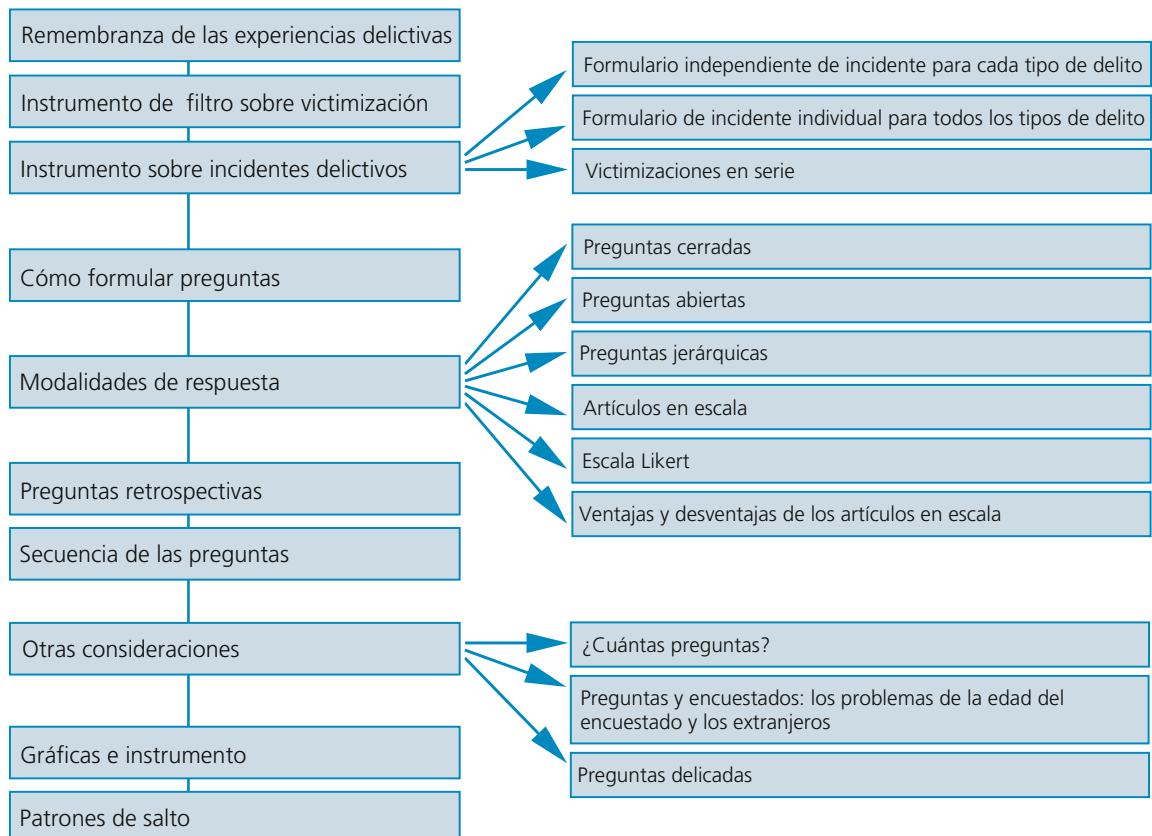
486. El Capítulo V del presente Manual describe los patrones típicos de pregunta que pueden ser incluidos en las encuestas de victimización delictiva. Examina el uso de preguntas de filtro, preguntas incidentes, modalidades de respuesta y patrones de respuesta a las preguntas. El Capítulo V además considera la realización de pruebas previas a los cuestionarios de encuesta y la conducción de encuestas piloto.

487. Las encuestas de victimización reúnen una amplia gama de información, como el miedo que sienten los encuestados ante el delito, su sensación de seguridad, las condiciones de su barrio, las acciones emprendidas para prevenir el delito, sus experiencias con el delito y características personales. Convertir dichos temas (y otros) en un cuestionario no es tarea fácil: la optimización de la información recolectada, su volumen, la manera y el orden en que se presenta para sondear los distintos aspectos es una actividad compleja, aún más difícil porque el tema es tan multifacético y delicado. Se pueden considerar muchas cosas, ya que existen dificultades generales que son comunes a todas las encuestas, además de que existen aspectos críticos específicos relacionados con el tema de la victimización.

488. El enfoque está en cómo diseñar un cuestionario que sea adecuado para recordar experiencias delictivas, para abordar temas delicados, impresiones y opiniones, evitando el riesgo de la subvaloración, los anhelos sociales y otro tipo de sesgos. En la primera parte de esta sección, se abordan las estrategias para recordar experiencias con el delito y la manera en que se presentan las preguntas (filtros, redacción adecuada, control de los efectos y el problema de las preguntas retrospectivas, el número de incidentes reportados, la secuencia...), la segunda parte examina las modalidades de respuesta y las posibilidades de usar escalas y artículos jerárquicos, la escala Likert o preguntas abiertas. Al final se abordan otros problemas, por ejemplo, las preguntas delicadas y la longitud del cuestionario, temas que involucran la sensibilidad y la carga sobre los encuestados de distintas maneras. Al final de la sección se examinan los aspectos gráficos del cuestionario y los patrones de salto, para ayudar a los encuestados y los entrevistadores a avanzar en la encuesta.

489. La Figura 7 representa el desarrollo de esta sección, los distintos pasos y posibles opciones a considerar al diseñar un cuestionario.

Figura 7: Diagrama de flujo del diseño de cuestionarios



A. El diseño

490. El diseño del cuestionario es un paso crucial en los proyectos de investigación. La coherencia del cuestionario afecta la calidad y cantidad de información recolectada y su interpretación. Al diseñar el cuestionario es importante no sólo planear la estructura global del instrumento, sino también el número, orden y secuencia de las preguntas. Este instrumento también debe ser adecuado para la técnica de entrevista elegida, para garantizar una comunicación óptima entre el investigador y los encuestados.

¿Cuántas preguntas?

491. Es importante determinar el número de preguntas que deben ser incluidas en el cuestionario. Obviamente es primordial que la versión final del cuestionario cubra plenamente todas las cuestiones relevantes necesarias para investigar adecuadamente el tema de interés, incluyendo el número adecuado de variables de fondo que garantizarán que los resultados puedan ser examinados por subgrupos. Además, el cuestionario no debe incluir información irrelevante o redundante. El número de preguntas del cuestionario también depende de la técnica de entrevista usada. Si se realizan entrevistas cara a cara, se pueden incluir más preguntas que cuando se realiza un cuestionario llenado por el propio encuestado. Y estos últimos generalmente contienen más preguntas que las entrevistas telefónicas.

492. Se debe realizar una evaluación minuciosa de los costos y beneficios con respecto a la longitud del cuestionario, el tiempo necesario para la entrevista, la carga impuesta al encuestado y los recursos financieros disponibles. Además, la oportunidad de usar y analizar los datos resultantes debe afectar las decisiones con respecto al número de preguntas del cuestionario. Antes de diseñar el cuestionario, puede ser útil tener una idea de los títulos que se desean para las tablas que serán publicadas, para concentrar la atención en ellos.

493. En algunos casos, un cuestionario más largo puede guiar a los encuestados a través de una serie de filtros y preguntas dirigidas a eliminar malentendidos, produciendo así respuestas 'más limpias' que las que se hubieran obtenido con una pregunta directa. En este caso, aún si el cuestionario es más largo, el número de personas a quienes se harán todas las preguntas de seguimiento será relativamente pequeño. Como alternativa, es posible reducir el número de preguntas incluyendo categorías de respuesta dirigidas a capturar múltiples aspectos de las respuestas de los encuestados. Esto puede requerir una capacitación minuciosa de los entrevistadores, quienes deben ser instruidos sobre la manera adecuada de sondear a los encuestados y realizar los cuadros pertinentes.

494. Como se describió anteriormente, una opción es diseñar las encuestas para que se realicen menos preguntas al grupo total de entrevistados, mientras se hacen preguntas más específicas a una categoría particular de los encuestados. Por ejemplo, en algunas encuestas de victimización, preguntas más detalladas se formulan a algunas víctimas de delitos seleccionados; o preguntas sobre cuestiones relacionadas con el hogar, como el seguro y el número de hijos se hacen a adultos únicamente.

495. Por lo general no es fácil identificar el número óptimo de preguntas para un cuestionario. Se debe enfatizar que la longitud de la entrevista no sólo está relacionada con el número de pregunta, sino también con su nivel de dificultad, el número de preguntas abiertas, lo involucrado que esté el encuestado en el tema y, sobre todo, la fluidez del cuestionario. Además, cabe destacar que la victimización puede ser un evento inusual, por lo tanto la posibilidad de obtener cálculos confiables sobre las preguntas dirigidas a las víctimas podría depender únicamente del tamaño de la muestra.

Preguntas y encuestados: los problemas de la edad del encuestado y de los extranjeros

496. Algunas preguntas no son adecuadas para todas las personas. Por ejemplo, las preguntas sobre temas delicados como los hábitos sexuales, la fe y la religión, las preferencias políticas, la salud o el origen racial podrían no ser apropiadas para algunas personas de la muestra. Además, las preguntas que abordan cuestiones que no son apropiadas para menores, como el seguro y los ingresos, no se les deben hacer a menores. Para evitar hacerle estas preguntas a quien no se le deben hacer, éstas preguntas deben colocarse dentro de áreas temáticas específicas del cuestionario para que sólo se le hagan a una parte de la población objetivo.

497. Si hay algún grupo étnico minoritario importante como parte de la población de referencia u objetivo, o en aquellos países que tengan más de un idioma oficial, el investigador debe ofrecer una traducción del cuestionario, prestando particular atención a que no se introduzca ningún sesgo en el

RECUADRO 33: EJEMPLOS DE PREGUNTAS SOBRE LESIONES SUFRIDAS TRAS UNA AGRESIÓN/AMENAZA

Los dos ejemplos que aparecen a continuación, tomados de la *Encuesta australiana sobre el delito y la seguridad* y la encuesta británica sobre el delito (BCS) muestran dos maneras en que se puede abordar el tema de las lesiones sufridas tras una agresión/amenaza con una o más preguntas.

Australia: *Encuesta sobre el delito y la seguridad* (2005) — Una pregunta:

¿Recibió lesiones físicas en el incidente más reciente?

- 1- Sí, fui internado(a) en el hospital
- 2- Sí, fui atendido(a) por un doctor u otro practicante médico
- 3- Sí, recibí lesiones pero no fui atendido(a) por un doctor u otro practicante médico
- 4- No, no recibí lesiones

RU: encuesta británica sobre el delito (BCS) — varias preguntas (selección)

[Usted mencionó anteriormente que se utilizó fuerza o violencia]. ¿Resultó USTED magullado(a), arañado(a), cortado(a) o lesionado(a) de alguna manera?

1. Sí
2. No

¿Qué le ocurrió?

1. Magulladuras menores o moretón en el ojo
2. Magulladuras graves
3. Arañazos

4. Cortes
5. Huesos rotos
6. Nariz rota
7. Dientes rotos/pérdida de dientes
8. Dientes astillados
9. Concusión o pérdida de la conciencia
10. Otra

¿Puedo confirmar, como resultado de lo ocurrido, si USTED recibió atención médica de alguna de las personas que aparecen en esta tarjeta?

1. Un practicante capacitado para primeros auxilios/ Ambulancia de St John's
2. Un paramédico
3. Un enfermero
4. Un doctor
5. Ninguna atención médica

Como resultado de lo ocurrido, ¿visitó USTED algún departamento para accidentes y emergencias en un plazo de 24 horas después del incidente?

1. Sí
2. No

¿Requirió quedarse una noche o más en el hospital?

1. Sí
2. No

RECUADRO 34: LONGITUD PROMEDIO DE LA ENCUESTA: ANÁLISIS DEL INVENTARIO DE ENCUESTAS SOBRE EL DELITO DE LA ONUDD-CEE

El tiempo que toma conducir una entrevista usando una encuesta de victimización varía enormemente. Una entrevista puede durar un minuto y otras pueden tomar 60. El tiempo que toma la encuesta depende de muchos factores, como el número de personas entrevistadas en el hogar y el número de preguntas que se le hace a los encuestados. Aparte de estos factores, existen otras características como el número de victimizaciones experimentadas que dictan el tiempo que tomará la encuesta.

Tiempo promedio para terminar la encuesta	Número de encuestas	%
Menos de 15 minutos	14	29
De 15 a 30 minutos	14	29
De 30 a 45 minutos	11	22
Más de 45 minutos	10	20
Total	49	100

Los resultados que se muestran en la tabla revelan que la mayoría de las encuestas duraron menos de 15 minutos o entre 15 y 30 minutos. Un porcentaje ligeramente menor de encuestas tomaron entre 30 y 45 minutos (11 encuestas) y 10 encuestas tomaron más de 45 minutos para administrar el cuestionario.

Otra cuestión importante con respecto a la longitud de las entrevistas es la técnica usada para recolectar los datos. Algunas entrevistas toman más tiempo debido a una metodología particular. Por ejemplo, los cuestionarios cara a cara y los cuestionarios llenados por el encuestado toman más tiempo que las entrevistas telefónicas. Por definición, las entrevistas telefónicas tienden a ser cortas para evitar la influencia negativa que la fatiga, el aburrimiento y la carga impuesta al encuestado pueden tener sobre la calidad de los datos. Por último, combinar estrategias diferentes da lugar a entrevistas más largas, con la excepción de modos mixtos que involucren CATI. Las encuestas sobre grupos especiales, como las minorías, pueden tomar más tiempo que una encuesta comparable sobre la población general debido a problemas de idioma, por ejemplo.

significado de las preguntas al cambiar el idioma. Desde una perspectiva metodológica, se debe prestar mucha atención a garantizar que el estímulo del grupo minoritario de encuestados sea el mismo que el del mayoritario, para garantizar la confiabilidad de la herramienta que es el cuestionario. Por lo tanto, se recomienda la capacitación precisa y enfocada de los entrevistadores en idiomas extranjeros, y se les

pedirá que comprendan plenamente las metas básicas del cuestionario. Una amplia variabilidad de dialectos dentro del país es otra razón para invitar al investigador a poner especial atención al significado de los términos usados en la redacción de los enunciados y preguntas.

498. Una herramienta útil puede ser el uso de tarjetones, particularmente en algunas encuestas cara a cara en las que la población objetivo sea una minoría étnica y social, por ejemplo los migrantes o personas con discapacidades. Esta herramienta es muy útil para la gente que tiene trastornos de concentración y atención, así como de comprensión del idioma, porque así dichos encuestados pueden leer en silencio y con atención y elegir sus respuestas entre una variedad de categorías ya definidas.

499. Sin embargo, en algunos contextos los tarjetones no son útiles, y se vuelven contraproducentes, porque crean una distracción y dan lugar a malentendidos. El uso de tarjetones debe ser evaluado prestando atención a las características sociales y demográficas de la población objetivo.

Preguntas delicadas

500. Al diseñar un cuestionario, se requiere especial atención para las preguntas que abordan temas delicados, como la victimización violenta. Se recomienda que el cuestionario sea estructurado de manera que introduzca gradualmente los temas potencialmente inquietantes con una breve presentación que sugiera que dichas experiencias perturbadoras pueden ocurrirle a cualquiera en cualquier momento. El dar una presentación de este tipo ayuda al encuestado a sentir mayor libertad de responder la pregunta. Además de aumentar la probabilidad de respuesta y de divulgación de parte del encuestado, esta estrategia reducirá el posible daño psicológico o la vergüenza del encuestado a quien se pide que discuta una experiencia traumática.

501. Algunos ejemplos de temas delicados son el uso de drogas (tema que se cubre en la encuesta británica sobre el delito (BCS)); la violencia sufrida; el origen étnico, la raza y la religión; los grupos minoritarios; la orientación sexual; ciertas preguntas de salud; las preferencias políticas, etc.

502. La inquietud con respecto a la sensibilidad a ellas depende de la cultura y los hábitos de cada país, lo que puede ser delicado para una cultura puede no serlo para otra. Este aspecto también implica que las herramientas para atacar estos problemas no tienen que ser genéricas, sino adecuadas a los distintos contextos.

Gráficas e instrumento

503. Las gráficas son útiles en los cuestionarios. En general, el uso de gráficas como los símbolos, el texto en colores y en negritas logra tres objetivos básicos. El primero, es que las gráficas respaldan la fluidez del cuestionario. El segundo es que ayudan a un registro preciso de las respuestas, ya sea que esta tarea sea realizada por el entrevistador o el encuestado. Y por último, en el caso de las encuestas aplicadas electrónicamente, las gráficas permiten el registro automático de datos, que tiene menor tendencia de error y es menos costoso.

504. Existen varias recomendaciones para el uso de herramientas gráficas en un instrumento de encuesta. Una recomendación importante es que el diagramado del cuestionario sea uniforme. Una manera común que se usa para introducir uniformidad en un instrumento es adoptar un estilo para las preguntas y otro para las respuestas. Por ejemplo, se pueden colocar las preguntas a la izquierda y las respuestas a la derecha.

505. Una recomendación importante es que cada pregunta y las respuestas asociadas sean colocadas en la misma página. Si no se hace así, es más probable que los encuestados no vean las opciones de respuesta de la segunda página y usen únicamente las categorías de respuesta de la primera página. Obviamente, esto dará lugar a errores y sesgos en los datos.

506. En tercer lugar, si una pregunta tiene varias opciones de respuesta, existe el riesgo de que el entrevistador o el encuestado se concentren únicamente en las primeras alternativas. Una solución gráfica a este posible problema es agrupar los artículos en sub-áreas usando herramientas gráficas como texto en negritas. Esto se muestra en el ejemplo del Recuadro 34.

507. Una manera particularmente útil en que se usan las gráficas en los instrumentos es por medio de 'señales' o símbolos. Por ejemplo, las preguntas de filtro deben tener una señal, como una flecha, que sea particularmente clara y fácil de ver y seguir. Las preguntas conectadas por señales o símbolos deben colocarse en la misma página para evitar problemas en seguir la ruta.

RECUADRO 35: EJEMPLO GRÁFICO 1

REP_NP29 ¿Existe alguna otra cosa que pudo haber hecho la policía para ayudarle?

<<MARQUE TODOS LOS QUE APLIQUEN>>

Haberle informado

- 1 Haberle informado lo que estaba ocurriendo
- 2 Haberle provisto información sobre procedimientos o servicios legales

Haber respondido más rápidamente

- 3 Haber respondido más rápidamente

Haber actuado contra el agresor

- 4 Haberlo acusado/arrestado
- 5 Haberle dado una advertencia
- 6 Habérselo llevado/alejado de la casa/haberle dado una orden de restricción

Haberle provisto a la mujer ayuda inmediata:

- 7 Haber tomado la queja más seriamente/haberme escuchado/mostrado más apoyo haberme ayudado más
- 8 Haberle provisto protección/haberla ayudado a abandonar la casa
- 9 Haberla llevado al hospital/atención médica
- 10 Haberla remitido a un servicio o albergue
- 11 Otra (especificar)

12 No, nada

98 No sé/No puedo recordar

99 Se rehusó/Ninguna respuesta

508. Una recomendación importante sobre el diagramado es no poner las preguntas demasiado cerca entre sí. Al tratar de mantener las encuestas lo más cortas posible, puede existir la tentación de amontonarlas. Sin embargo esta es una mala estrategia porque cuando las preguntas están amontonadas es fácil saltárselas y son difíciles de leer. Cuando este es el caso, hay más errores de codificación y da falta de datos. Es importante colocar un espacio adecuado alrededor de cada pregunta.

509. Si hay distintas secciones en el instrumento, se recomienda que sólo se use una tipografía. Entre las tipografías fáciles de leer están Times New Roman y Courier. Con respecto a los problemas de la tipografía, es conveniente que las preguntas, enunciados e instrucciones tengan una imagen propia y distinta, usando las mayúsculas y minúsculas, itálicas o colores. Esto debe tener consistencia a lo largo del instrumento.

510. En el instrumento, cada pregunta debe estar claramente numerada y dichos números deben corresponder a cualquier documento relacionado. La numeración de las preguntas es tan importante para los entrevistadores como para el encuestado. La numeración clara ayuda al entrevistador a comprender qué parte del cuestionario está siendo usada. Esta no necesariamente tiene que restringirse al uso de números. Por ejemplo, en la *'Encuesta italiana sobre la seguridad de la mujer'*, hay una sección sobre el reporte de violencia no relacionada con la pareja que estaba marcada con el prefijo REP_NP antes del número secuencial de la pregunta. De igual manera, la sección de la encuesta que se ocupa del reporte de la violencia de la pareja fue denominada con el prefijo REP_PR. Para caracterizar las preguntas de filtro (screening questions), el prefijo usado en el caso de las preguntas no relacionadas a la pareja era SCR_NP y en el de la pareja SCR_PR.

511. Se recomienda que se usen diferentes colores como fondo para las preguntas, particularmente cuando algún grupo de preguntas deba ser administrado a distintas sub-muestras de la población. Evidentemente no se debe usar el mismo color para distintas funciones. Eso aplica, en particular en el caso de los cuestionarios de papel, mientras que con los electrónicos es más fácil usar ciertos colores para distinguir los enunciados que tengan distintas funciones. Por ejemplo, con el color verde se puede identificar la 'ayuda en línea' mientras que con el azul se puede indicar 'leer todos los puntos'.

512. El uso de imágenes es particularmente útil en los cuestionarios llenados por el mismo encuestado. En dichos casos, una imagen puede ser mejor que cualquier explicación de texto. Esto aplica particularmente cuando la explicación utiliza terminología muy técnica y difícil de comprender. Cuando no sea viable usar imágenes, se pueden subrayar algunas palabras específicas en los enunciados muy largos para ayudar al entrevistador a leer la pregunta con el tono correcto y a enfatizar la parte más importante. Esto aplica en especial a las entrevistas cara a cara, como lo muestra el ejemplo gráfico 2 (Recuadro 35).

RECUADRO 36: EJEMPLO GRÁFICO 2

Subrayar algunas palabras en los enunciados largos puede ayudar al entrevistador a leer la pregunta con el tono correcto.

¿Su pareja alguna vez LA HA FORZADO A PARTICIPAR EN RELACIONES SEXUALES amenazándola, reteniéndola o lastimándola de alguna manera?

<<En caso de respuesta afirmativa:>>

‘Por favor, en este punto excluya los INTENTOS de forzarla’.

513. Hay una recomendación final específica a las encuestas asistidas por computadora. En este tipo de encuestas, se debe reducir el efecto de la segmentación. El desplazamiento de la pantalla de la computadora debe ser fluido y placentero, y los tiempos de espera para los mensajes y las notificaciones en pantalla deben reducirse al mínimo. De lo contrario, la entrevista se verá obstruida por interrupciones continuas que aumentarán las probabilidades de que sea interrumpida anticipadamente.

514. El aspecto gráfico del cuestionario es muy importante para el éxito de la entrevista. Las gráficas usadas en los cuestionarios ofrecen una manera sencilla de aumentar las posibilidades de realizar una entrevista exitosa. Son especialmente útiles cuando se utilizan filtros y patrones de salto complejos. Con el uso de distintos caracteres gráficos, cierta variación de color y recomendaciones de diseño, se puede crear una encuesta que sea más fácil de navegar y que tenga más probabilidades de ser terminada.

Patrones de salto

515. En las encuestas de victimización, todas las preguntas del instrumento no son hechas a todos.. Por lo tanto, dependiendo de las respuestas ciertas preguntas se pueden saltar y otras adicionales serían hechas. Los patrones de salto hacen que la entrevista fluya normalmente mientras se recoge toda la información necesaria.

516. Si la encuesta es llevada a cabo utilizando lápiz y papel, o bien, una computadora, es imperativo que la secuencia del patrón de salto sea correcta. La falta de control en este aspecto puede significar la pérdida de datos muy valiosos, como preguntas que no deban ser omitidas y lo sean. O un patrón de salto con una secuencia incorrecta puede significar que preguntas que no deben ser planteadas se pregunten, haciendo que el encuestado se moleste o se aburra y esto posiblemente lleve a una prematura finalización de la entrevista. Los problemas en los patrones de salto pueden detectarse mediante un programa piloto de la encuesta y el análisis de estos resultados.

Secuenciación de preguntas

517. Además de la cuidadosa redacción de las preguntas, las declaraciones y categorías de respuesta, y el orden de los elementos también requieren atención. La primera sección de la entrevista debe incluir una introducción adecuada en la que se expongan los objetivos de la encuesta. Este paso abre la comunicación entre el encuestador y el encuestado e incrementa la disposición del encuestado para participar en la totalidad de la encuesta.

518. Luego de la introducción, las preguntas en el instrumento deben ser agrupadas con base en los temas. En un esfuerzo por no confundir al encuestado, las preguntas deben ser ordenadas de tal forma que los cambios repentinos en los temas sean evitados. Y cuando los temas cambien, se recomiendan unas cuantas frases para indicar al encuestado dichos cambios de tema — comunicación de la transición —. Esto permite que el encuestado se prepare para, y piense en, el nuevo tema.

519. En cuanto a cuestiones específicas dentro de cada área temática, se aconseja la utilización de una técnica de canalización para el orden de las preguntas. Es decir, cada sección temática deberá comenzar planteando preguntas generales, luego se deben exponer preguntas más detalladas y delicadas, y finalmente, las preguntas deben cambiar a temas simples o rutinarios. Esta técnica toma en cuenta el nivel de interés y atención del encuestado. La investigación sugiere que el interés y la atención del encuestado comienzan en un punto alto y se incrementan hasta que se alcanza un punto máximo. Éstas permanecen en el punto máximo por algún tiempo antes de caer rápidamente debido a la fatiga del encuestado (Pitroni, 1986). Así, las preguntas más fáciles deben ser planteadas al principio de la entrevista, las más difíciles y delicadas a la mitad, y las características demográficas y sociales del encuestado (sexo, edad, empleo, etc.) hasta el final.

RECUADRO 37: EJEMPLOS DE PATRÓN DE SALTO DE LA ENCUESTA NACIONAL DE VICTIMIZACIÓN DELICTIVA EN E.U. (NCVS, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

El primer ejemplo, tomado del Reporte de Incidentes de Delitos de la NCVS de E.U., inicia una serie de preguntas diseñadas para obtener información sobre la naturaleza de un ataque físico o amenaza a la víctima. Los encuestados que responden “Sí” a cualquiera de estas preguntas son dirigidos a otra pregunta sobre la naturaleza de la agresión, intento de ataque o amenaza, según sea el caso. Los encuestados que responden “No” a estas tres preguntas son dirigidos a preguntas sobre otros aspectos de victimización delictiva, incluyendo robos que pudieran haber ocurrido.

EJEMPLO 1

24. ¿El agresor lo golpeó, lo abatió o lo atacó de alguna forma?

- 1 Sí — *PASE a la 29, página 5*
- 2 No — *Preguntar la 25*

25. ¿El agresor TRATÓ de atacarlo?

- 1 Sí — *PASE a la 28a*
- 2 No — *Preguntar la 26*

26. ¿El agresor lo AMENAZÓ con hacerle daño de alguna manera?

- 1 Sí — *PASE a la 28b*
- 2 No — *Preguntar la 27*

El siguiente ejemplo, tomado del Informe de Incidentes de Delitos de la NCVS de E.U., dirige la pregunta a la serie adecuada de preguntas sobre las características del delincuente(s) en el incidente delictivo. Las preguntas planteadas son diferentes si hubo un delincuente o más de un delincuente. Si el encuestado responde que él/ella no sabe el número de delincuentes, la siguiente pregunta plantea ¿Sabe usted algo sobre alguno de los delincuentes?

EJEMPLO 2

PREGUNTAR O VERIFICAR –

60. ¿El delito fue cometido por uno solo o por más de un delincuente?

- 1 Sólo uno — *PASE a la 62*
- 2 Más de uno — *PASE a la 73*
- 3 No sé — *Preguntar la 61*

520. Dónde se coloque una pregunta dentro de un cuestionario puede influir la respuesta. La colocación de las preguntas es particularmente relevante en el caso de preguntas sobre la opinión del encuestado en cuanto a argumentos subjetivos, tales como percepción (p.ej. temor al delito e inseguridad) y satisfacción. La experiencia ofrece algunas lecciones sobre esto. En la encuesta de Seguridad de Mujeres Italianas, la complejidad de la estructura del cuestionario requirió de una prueba para evaluar la mejor ubicación para las secciones de exploración y para las secciones detalladas de victimización respecto a la violencia de la pareja y no relativa a la pareja. Los resultados obtenidos de una prueba previa de cerca de 200 entrevistadores mostró que la colocación de preguntas con respecto a toda la violencia no relativa a la pareja antes de las preguntas correspondientes respecto a la violencia de la pareja actual o pasada funcionó mejor. Parece ser que preguntar a las mujeres sobre la violencia sufrida por parte de sus parejas al principio del cuestionario las hace sentir molestas, afecta la comunicación y en muchos casos dan la entrevista por terminada. En contraste, preguntar primero sobre la violencia no relativa a la pareja y después sobre la violencia de pareja da como resultado una mejor comunicación y finalización de las entrevistas. La colocación de las preguntas variará según los diferentes países. Es importante que las preguntas sean totalmente probadas antes de decidir su ubicación ya que ésta puede influir la respuesta de la persona en la encuesta.

521. Además, las secciones están arregladas de forma que los grupos de población para los que algunas preguntas no sean relevantes puedan pasar rápidamente por el cuestionario e interrumpir la entrevista tan pronto hayan terminado todas las preguntas que les conciernen. Esto es particularmente verdadero en el caso de las Entrevistas de Lápiz y Papel (PAPI, por sus siglas en inglés).

B. Asuntos específicos de las encuestas de victimización

Recordar experiencias de delito

522. Las preguntas del delito sirven para impulsar la memoria del encuestado sobre los eventos criminales. La redacción de las preguntas de exploración puede ser breve o muy detallada. Pueden ser en forma de una lista que describa diferentes situaciones o ejemplos de historias de victimización. En general, se prefieren las preguntas que describen las situaciones. Un ejemplo de esto es utilizar una pregunta de exploración específica relativa a la pareja o la violencia familiar. La experiencia muestra que dicha pregunta de exploración provoca una reacción mucho mejor que una exploración generalizada ya que muchas víctimas no ven la violencia íntima o familiar como una victimización en general.

523. Se debe tener cuidado al aplicar las encuestas en áreas caracterizadas por amplias diferencias de idiomas y orígenes étnicos. En estos casos, algunas formulaciones pueden inhibir el recuerdo en algunas personas mientras que en otras pueden destacarlo.

RECUADRO 38: EJEMPLO DE PREGUNTAS QUE RECUERDAN LA EXPERIENCIA DE DELITOS

En la primera parte de este recuadro, se reportan algunos ejemplos de preguntas respecto a la sección de exploración utilizada. Este ejercicio es útil para ver las similitudes y diferencias de la redacción de las preguntas en delitos diferentes. En la segunda parte de este recuadro hay un ejemplo de la Encuesta Nacional de Victimización del Delito de E.U. (US NCVS, por sus siglas en inglés) que muestra una construcción diferente de la exploración en sí misma. De hecho, la US NCVS utiliza una técnica de exploración, en lugar de la descripción de un delito por cada pregunta, un complejo conjunto de preguntas relacionadas con delitos individuales y del hogar, así como delitos de violencia y contra la propiedad, que tratan de describir la experiencia de victimización, donde cada delito recogido se reconstruye a posteriori.

ROBO DE PERTENENCIAS PERSONALES

La encuesta de Seguridad de Ciudadanos Italianos (ISTAT)

¿En los pasados tres años, alguien ha intentado robar o ha robado dinero o artículos que usted no llevaba consigo, por ejemplo dinero o joyas en un cuarto de vestuario; bolsas o cajas en un tren; libros en la escuela o en el trabajo; efectivo, tarjeta o talonario de cheques en el trabajo (no considere objetos robados de su auto, casa o fuera de casa)?

La Encuesta Social General de Canadá (GSS)

(Además de los incidentes ya mencionados), ¿alguna de sus pertenencias fue robada durante los pasados 12 meses de su lugar de trabajo, de su escuela o de un lugar público como un restaurante?

La Encuesta de Delito Británica (BCS)

Y [además de lo que ya ha mencionado], ¿en ese momento hay algo (más) de sus pertenencias que haya sido robado de un guardarropa, una oficina, un auto o cualquier otro lugar donde lo haya dejado?

La Encuesta Internacional de Víctimas del Delito (ICVS)

Además de los robos que impliquen la fuerza, hay muchos otros tipos de robo de propiedad personal, como el hurto de carteristas, el robo de bolsos, billeteras, vestuario, joyas, equipo deportivo. Esto puede suceder en el lugar de trabajo, en la escuela, en un bar, en un transporte público, en la playa o en la calle. En los pasados cinco años, ¿ha sido usted –personalmente– víctima de cualquiera de estos robos?

DAÑOS

La Encuesta de Seguridad de Ciudadanos Italianos

¿En los pasados tres años, su casa o partes de su casa han sido dañadas o destruidas deliberadamente (suciedad, cristales rotos, puertas rayadas)?

¿En los pasados tres años, sus pertenencias o las pertenencias de su familia han sido dañadas o destruidas deliberadamente?

La Encuesta Social General de Canadá (GSS)

¿Durante los pasados 12 meses, alguien deliberadamente ha dañado o destruido alguna propiedad de su pertenencia o de alguien en su hogar, como una ventana o una cerca?

La Encuesta de Delito Británica

Y nuevamente, [además de lo que ya haya mencionado], ¿en esa ocasión alguien desfiguró o dañó su casa/apartamento o cualquier cosa fuera de éstos que perteneciera a alguien de su casa?

ROBO O ROBO EN CASA

La Encuesta de Seguridad de Ciudadanos Italianos

¿En los pasados tres años, alguien ha robado o intentado robar algo en la casa donde usted vive o en una casa que esté a su disposición o que usted utilice, por ejemplo, durante sus vacaciones? No considere los artículos robados fuera de la casa, como el tapete, la manguera del jardín u objetos del rellano del apartamento.

La Encuesta Social General de Canadá (GSS)

¿Alguna de sus pertenencias robadas durante los pasados 12 meses pertenecía a los artículos usualmente guardados fuera de casa, como los muebles de jardín?

La Encuesta del Delito Británica

¿Alguien ingresó a esta casa/apartamento sin permiso y robó o trató de robar algo?

La Encuesta Internacional de Víctimas del Delito (ICVS)

En los últimos cinco años, ¿alguien ingresó en su casa sin permiso, y robó o trató de robar algo? No estoy incluyendo aquí robos de garajes, cobertizos o cuartos bajo llave.

ROBO

La Encuesta Nacional de Victimización Delictiva en E.U. (NCVS)

Voy a leer algunos ejemplos que le darán una idea de la clase de delitos que cubre este estudio.

Mientras los enuncio, dígame si alguno de ellos le sucedió en los pasados seis meses, es decir, desde _____, 20 ____.

Alguna de sus pertenencias fue robada, por ejemplo —

- (a) objetos que usted llevaba, como equipaje, una billetera, bolso, maletín, un libro.
- (b) prendas de vestir, joyería o teléfono celular —
- (c) una bicicleta o equipo deportivo —
- (d) artículos de su casa — como una TV, un estéreo, o herramientas
- (e) cosas fuera de su casa como la manguera o los muebles del jardín
- (f) objetos pertenecientes a los niños en casa —
- (g) objetos de un vehículo, como un paquete, comestibles, una cámara o CDs —
- (h) ¿alguien intentó robar algo de su pertenencia?

37a. (Además de los incidentes ya mencionados), ¿alguien ha —

- (a) irrumpido o intentado irrumpir en su hogar forzando una puerta o una ventana, empujando a alguien, forzando una cerradura, cortando una pantalla o entrando a través de una puerta o ventana abierta?
- (b) accedido ilegalmente o intentado acceder al garaje, cobertizo o almacén?
- (c) accedido ilegalmente o intentado acceder a un cuarto de hotel o motel o casa vacacional donde usted se encontrara?

Instrumento investigador de la Victimización

524. El objetivo principal de la mayoría de las encuestas de victimización es ofrecer un cálculo preciso de victimización criminal. Para hacer esto, es necesario utilizar una técnica llamada screening (investigación) que consiste en una serie de preguntas destinadas a determinar si el encuestado experimentó un delito (o delitos). Simplemente, las preguntas de investigación determinan si el encuestado ha tenido, y cuántas, victimizaciones delictivas en el periodo de referencia dado.

525. Las preguntas de investigación sirven también para impulsar la memoria del encuestado sobre los eventos delictivos. La redacción de las preguntas de investigación puede ser breve o muy detallada. Puede estar en forma de una lista que describa diferentes situaciones, o como ejemplos de historias de victimización. En general, se prefieren las preguntas que describen la situación. Un ejemplo de esto es el uso de una pregunta de investigación específica relacionada a la violencia familiar o de pareja. La experiencia demuestra que dicha pregunta de investigación provocará una reacción mucho mejor que la investigación generalizada ya que muchas de las víctimas no ven la violencia familiar o íntima como una victimización en general.

526. Se debe tener cuidado cuando las entrevistas son aplicadas en áreas caracterizadas por grandes diferencias de idioma y orígenes étnicos. En estos casos, algunas formulaciones pueden inhibir el recuerdo en algunas personas mientras que en otras pueden destacarlo.

527. A veces los crímenes se recogen utilizando una única pregunta de investigación, mientras que en otras ocasiones se realizan múltiples preguntas de investigación con base en el tipo del crimen. Por ejemplo, la US NCVS utiliza múltiples preguntas de investigación. En general, cada pregunta de investigación está diseñada para obtener victimizaciones de un tipo específico de delito. Algunas preguntas

de investigación identifican delitos personales contra el individuo (p.ej. arrebato del bolso), otras preguntas de investigación son para delitos violentos (p.ej. robo, asalto agravado), mientras otras más son para delitos contra casa y habitación (p.ej. robo del motor del vehículo, robo a la vivienda).

528. Las preguntas de investigación pueden también ser utilizadas para identificar violencia no física. La violencia psicológica por parte del hombre en la pareja, por ejemplo, puede ser identificada mediante una serie de preguntas de investigación.

RECUADRO 39: EJEMPLO DE PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN DE LA VIOLENCIA PSICOLÓGICA EN LA PAREJA

Su esposo/su pareja conviviente /su prometido:

- ¿se molesta si usted habla con otro hombre?
- ¿la humilla o la insulta en presencia de otra gente, p.ej. la trata mal, ridiculiza sus ideas, habla con otros de sus detalles íntimos?
- ¿critica su apariencia, su vestimenta o peinado, p.ej. diciéndole que se ve menos atractiva y/o inadecuada?
- ¿critica su manera de llevar la casa, de cocinar o de cómo educa a los hijos, p.ej. diciéndole que usted no es capaz y que no sirve para nada?
- ¿la desatiende, no hablándole o no escuchándola, p.ej. no considerando lo que usted dijo o no contestando sus preguntas?
- ¿la insulta o habla mal de usted?

529. Un enfoque útil empleado en varias encuestas es la investigación de las victimizaciones con base en la relación de la víctima y el delincuente. Sin dicha pregunta de investigación, existe una posibilidad real de subestimar la violencia cometida por la pareja. Esta es una pregunta de investigación para incluir, ya que algunos encuestados no ven la violencia por parte de la pareja o de algún miembro de la familia como victimización personal o violenta. En este caso, un conjunto de preguntas es utilizado para definir un concepto único. La sensibilidad acerca de lo que es aceptable preguntar en una encuesta puede diferir en las diferentes culturas, y esto debe ser tomado en cuenta al considerar la aplicación de una pregunta utilizada en un país tal como está planteada, o si es necesario reformularla.

RECUADRO 40: PREGUNTAS UTILIZADAS EN LA VIOLENCIA DE PAREJA CONTRA LA MUJER O ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN DE VIOLENCIA CONYUGAL

Los siguientes puntos representan ejemplos de los tipos de preguntas utilizadas en encuestas que son diseñadas para medir la violencia contra la mujer o la violencia conyugal. Se sugiere que las preguntas sean precedidas por un párrafo introductorio como el siguiente:

Es importante escuchar a gente si queremos entender el serio problema de la violencia en el hogar. Voy a plantearle algunas preguntas y me gustaría que me dijera si su cónyuge/pareja le ha hecho algo de lo siguiente. Sus respuestas son importantes, ya sea que haya o no tenido alguna de estas experiencias. Recuerde que toda información proporcionada es estrictamente confidencial

VIOLENCIA FÍSICA Y SEXUAL

- ¿Su pareja alguna vez la ha AMENAZADO con hacerle daño físicamente de una forma que la haya atemorizado? Por favor tenga presente que aquí nos estamos enfocando sólo en amenazas de hacerle daño.
- ¿Su pareja alguna vez le ha LANZADO ALGO O LA HA GOLPEADO con algo que la lastimara o atemorizara?
- ¿Su pareja alguna vez la ha EMPUJADO O AGARRADO O TORCIDO EL BRAZO O JALADO EL CABELLO de manera que le haya hecho daño o atemorizado?
- ¿Su pareja alguna vez la ha ABOFETEADO, PATEADO O GOLPEADO CON UN PUÑO?
- ¿Su pareja alguna vez ha tratado de ESTRANGULARLA O SOFOCARLA, QUEMARLA O ESCALDARLA a propósito?
- ¿Su pareja alguna vez ha utilizado o amenazado con utilizar un CUCHILLO O REVÓLVER contra usted?
- ¿Su pareja alguna vez la ha forzado a un ACTO SEXUAL NO DESEADO, mediante amenazas, sometiéndola o lastimándola de alguna manera?
- ¿Su pareja alguna vez se ha violentado contra usted de alguna forma que yo no haya mencionado?

Instrumento del Incidente Delictivo

530. Cuando las preguntas de investigación revelan que el encuestado ha sido victimizado, se deben formular preguntas adicionales para recoger los detalles de estas victimizaciones. Estas preguntas basadas en el incidente son generalmente ubicadas en un instrumento secundario de la encuesta dedicado a las características del incidente. Esta parte del cuestionario necesita ser diseñada cuidadosamente, dependiendo del propósito de la encuesta, el tamaño de la muestra y el método de la entrevista. Una serie típica de preguntas de seguimiento pedirá información sobre el contexto/ubicación del incidente (hora, lugar), quien/quienes fue/fueron el/los delincuente(s), si fue usada algún arma, si la víctima sufrió alguna lesión, si él/ella lo reportó a la policía y/o recibió alguna ayuda luego del incidente.

531. Las preguntas de seguimiento para las víctimas deben ser adecuadas para el tipo de delito sufrido (ver parte IV.F). Por ejemplo, el Recuadro 41 muestra preguntas dirigidas a víctimas de asalto/amenaza en el ICVS. A fin de capturar información detallada de todos los aspectos encuestados relacionados con el contexto de victimización, el cuestionario debe contener instrucciones precisas para los encuestados indicando la siguiente pregunta a ser planteada.

532. Si durante el proceso de investigación, el encuestado identifica más de un tipo de crimen sufrido, pueden elegirse las siguientes estrategias: utilizar un formulario por separado para detallar incidentes de diferentes tipos de delito, o bien, utilizar un formulario de incidentes único que sea lo suficientemente flexible para ser utilizado en todo tipo de delitos.

Formulario de incidentes por separado para cada tipo de delito

533. El cuestionario del incidente puede tener tantas secciones de preguntas a fondo sobre el incidente como el número de delitos revelados en la investigación. Alternativamente, a veces podría ser suficiente concentrarse en las consecuencias de sólo algunos delitos. En cada sección de preguntas del incidente, debe existir la misma clase de preguntas acerca de “cuándo”, “qué”, “cómo” ocurrió el incidente. Sin embargo, utilizando este método, debe haber elementos relacionados con aspectos específicos de cada tipo de victimización investigado. Por ejemplo:

Si el delito fue un hurto de carterista, ¿que fue robado?

Monedas	1
Documentos de Identificación	2
Dinero	3
Tarjetas de crédito, tarjeta bancaria, talonario de cheques	4
Reloj, joyería	5
Llaves	6
Otros artículos personales, teléfono móvil	7
Otros (es decir, documentos diversos)	8

Si el delito es robo de objetos personales, ¿que fue robado?

Monedas	1
Tarjetas de crédito, tarjeta bancaria, talonario de cheques	2
Dinero	3
Documentos	4
Bolsas, maletas	5
Reloj, joyería	6
Cámara, cámara de video	7
Teléfono móvil	8
Computadora	9
Walkman, radio, casetera	10
Llaves	11
Libros y papelería (bolígrafos, etc.)	12
Prendas de ropa personal	13
Herramientas, vestuario laboral, ropa deportiva	14
Artículos personales (maquillaje, gafas, sombrilla, etc.)	15
Otros (especificar)	16

RECUADRO 41: EJEMPLO DE PREGUNTAS DIRIGIDAS A VÍCTIMAS DE ASALTOS Y AMENAZAS — ENCUESTA INTERNACIONAL DE VÍCTIMAS DEL DELITO (ICVS, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

Q250. El ataque o amenaza que usted menciona, ¿cuándo sucedió? Fue ...

- 1) este año, es decir, desde [periodo de referencia]
- 2) el último año calendario, en el [año]
- 3) antes de esa fecha
- 9) << no lo sé/no lo recuerdo >>

Si la respuesta es igual al código 2, continuar con la pregunta 251

De lo contrario continuar con la pregunta 252

Q251. ¿Cuántas veces sucedió esto en [año]?

- 1) una vez
- 2) dos veces
- 3) tres veces
- 4) cuatro veces
- 5) cinco veces o más
- 9) no lo sé

Continuar con la pregunta 252

Q252. (La última vez) ¿Este incidente ocurrió en su propio hogar/residencia, cerca de su propio hogar/residencia, en otro lugar de su ciudad o área local, en el trabajo, en algún otro lugar en [EL PAÍS], o sucedió en el extranjero?

<<INT. SI FUE VÍCTIMA MÁS DE UNA VEZ EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, PREGUNTE SOBRE LA ÚLTIMA VEZ QUE ESTO SUCEDIÓ >>

- 1) en su propio hogar/residencia
- 2) cerca de su propio hogar/residencia
- 3) en algún otro lugar de la ciudad o área local
- 4) en el trabajo
- 5) en algún otro lugar de [EL PAÍS]
- 6) en el extranjero
- 9) no lo sé

Continuar con la pregunta 253

Q253. ¿Cuántas personas estuvieron involucradas en la comisión del delito?

- 1) una
- 2) dos
- 3) tres o más personas
- 9) no lo sé

Continuar con la pregunta 254

Q254. (Acerca del último incidente) ¿Conocía usted al delincuente(s) por su nombre o de vista al momento de la infracción?

<<INT. SI HAY MÁS DE UN DELINCUENTE, TENER EN CUENTA SI AL MENOS UNO ES CONOCIDO >>

<<SI SE CONOCE DE VISTA Y POR NOMBRE: REGISTRAR AL CONOCIDO POR NOMBRE >>

- 1) no se conocía al delincuente
- 2) (al menos uno) conocido de vista
- 3) (al menos uno) conocido de nombre
- 4) no vio al delincuente

Si la respuesta es igual al código 3, continuar con la pregunta 255

De lo contrario continuar con la pregunta 256

Q255. ¿Alguno de ellos fue su esposo, ex esposo, pareja, novio, un pariente o amigo cercano, o alguien con quien usted trabaja?

<<INT. SIGNIFICA UNA RELACIÓN AL MOMENTO DEL DELITO >>

<<SI NO ESTÁ CLARO, SONDEAR SOBRE EL EX ESPOSO, EX PAREJA, EX NOVIO, AL MOMENTO DEL DELITO >>

<<INT. LAS RESPUESTAS MÚLTIPLES ESTÁN PERMITIDAS >>

- 1) esposo, pareja (en el momento)
- 2) ex esposo, ex pareja (en el momento)
- 3) novio (en el momento)
- 4) ex novio (en el momento)

- 5) pariente
- 6) amigo cercano
- 7) alguien con quien él/ella trabaja/trabajó
- 8) ninguno de los mencionados
- 9) se niega a contestar

Continuar con la pregunta 256

Q256. ¿Puede decirme qué pasó, usted sólo fue amenazado o realmente se usó la fuerza?

- 1) sólo amenazado
- 2) se usó la fuerza
- 9) no lo sabe

Si la respuesta es igual al código 1 o código 2, continuar con la pregunta 257

De lo contrario continuar con la pregunta 262

Q257. ¿(alguno de el/los) delincuente(s) tenía un cuchillo, revólver, otro tipo de arma o algo utilizado como arma?

- 1) sí
- 2) no
- 9) no lo sabe

Si la respuesta es igual al código 1, continuar con la pregunta 258

De lo contrario, continuar con la pregunta 260

Q258. ¿Qué era dicha arma?

- 1) un cuchillo
- 2) un revólver
- 3) otra arma/un palo
- 4) algo usado como un arma
- 9) no lo sabe

Continuar con la pregunta 259

Q259. ¿El arma fue realmente usada?

<< INT. CONTAR EL ARMA COMO UTILIZADA:

- CUCHILLO/OTRA ARMA /UN PALO: AMENAZA O VICTIMIZACIÓN POR CONTACTO FÍSICO CON ÉSTOS

- REVÓLVER: AMENAZA CON ÉSTE, O DISPARO DE BALA >>

- 1) sí
- 2) no

Continuar con la pregunta 260

Q260. ¿Sufrió usted una lesión como resultado?

- 1) sí
- 2) no

Si la respuesta es igual al código 2, continuar con la pregunta 262

De lo contrario, continuar con la pregunta 261

Q261. ¿Usted vio a un doctor u otro personal médico como resultado?

- 1) sí
- 2) no

Continuar con la pregunta 262

Q262. ¿Usted o alguna otra persona reportaron ese último incidente a la policía?

- 1) sí
- 2) no
- 9) no lo sabe

Si la respuesta es igual al código 1, continuar con la pregunta 264

De lo contrario continuar con la pregunta 268

Q264. ¿En general, estuvo usted satisfecho con la manera en que la policía lidió con el problema?

- 1) sí (satisfecho)
- 2) no (insatisfecho)
- 9) no lo sabe

Si la respuesta es igual al código 1, continuar con la pregunta 268

Si la respuesta es igual al código 2, continuar con la pregunta 265

Q265. ¿Por qué razón estuvo usted insatisfecho? Puede dar más de una razón.

<< INT. SE PERMITEN MÚLTIPLES RESPUESTAS >>

- 1) no hizo lo suficiente
- 2) no estuvo interesada
- 3) no encontró o aprehendió al delincuente
- 4) no recuperó mis propiedades (bienes)
- 5) no me mantuvo informado adecuadamente
- 6) no me trató correctamente/fue descortés
- 7) tardó en llegar
- 8) otras razones
- 9) no lo sabe

Continuar con la pregunta 268

Q268. Tomándolo todo en cuenta, ¿qué tan grave fue el incidente para usted.

Fue muy grave, bastante grave, o no muy grave?

- 1) muy grave
- 2) bastante grave
- 3) no muy grave

Continuar con la pregunta 269

Q269. ¿Considera usted el incidente como un crimen?

- 1) sí
- 2) no
- 9) no lo sabe

Si la respuesta es igual al código 1 en la pregunta 262, continuar con la pregunta 270

De lo contrario continuar con la pregunta 280

Q270. En algunos países, se han establecido agencias para ayudar a las víctimas de delito proporcionándoles información, o apoyo emocional y práctico. ¿Usted o alguna otra persona de su hogar tuvo algún contacto con dicha agencia especializada luego del incidente?

- 1) sí
- 2) no

Si la respuesta es igual al código 2, continuar con la pregunta 271

De lo contrario continuar con la 280

Q271. ¿Siente usted que los servicios de una agencia ESPECIALIZADA en ayudar a víctimas del delito habría sido útil para usted luego del incidente?

- 1) no, no sería útil
- 2) sí, sería útil
- 9) no lo sé

Continuar con la pregunta 280

Formulario único de incidentes para todo tipo de delitos

534. Esta estructura sugiere que el cuestionario debe tener tantas secciones a profundidad sobre el incidente como el número de victimizaciones investigadas. Además, este enfoque sugiere que la lista de preguntas debe ser la misma para cada tipo de delito revisado. Utilizando este formato, el diseño de la encuesta debe proporcionar una lista exhaustiva de respuestas para cada tipo de delito examinado. Por ejemplo:

Para hurto de carteristas y robo de artículos personales, ¿qué fue robado?

Monedas_____	1
Documentos de Identificación_____	2
Dinero_____	3
Tarjetas de crédito, tarjeta bancaria, talonario de cheques_____	4
Reloj, joyería_____	5
Llaves_____	6
Otros artículos personales, teléfono móvil_____	7
Bolsas, maletas_____	8
Cámara, cámara de video_____	9

Teléfono móvil _____	10
Computadora _____	11
Walkman, radio, casetera _____	12
Libros y papelería (bolígrafos etc.) _____	13
Prendas de ropa personal _____	14
Herramientas, vestuario laboral, ropa deportiva _____	15
Artículos personales (maquillaje, gafas, sombrilla, etc.) _____	16
Otros (es decir, documentos diversos) _____	17

535. Algunas ocasiones, la víctima sufre múltiples victimizaciones del mismo tipo. Cuando este sea el caso, los investigadores deben decidir si coleccionar información del incidente de uno o de todos estos eventos similares. Esta decisión influirá enormemente en el diseño del instrumento de incidentes. Las opciones sobre de cuáles eventos se coleccionarán datos del incidente incluyen:

- Colectar detalles del incidente sobre la victimización que el afectado ve como la más grave;
- Colectar detalles del incidente sólo del evento más reciente;
- Colectar detalles del incidente sobre todas las victimizaciones;
- Colectar detalles del incidente en un subconjunto de victimizaciones (p. ej. de las últimas tres).

536. Cada una de estas opciones afecta la calidad de los datos, el costo de los datos y la extensión del cuestionario. Por ejemplo, la elección de coleccionar datos sobre el delito más grave dará a los datos una tendencia hacia los delitos más serios y amenazará con una representación descriptiva de la victimización. La opción de coleccionar información sobre la más reciente victimización (o las tres más recientes) ofrecerá un cuadro más preciso de los aspectos cualitativos de la victimización, pero proporcionará sólo un recuento parcial de los aspectos cuantitativos de la victimización. Una clara desventaja de optar por coleccionar los datos sólo de la más reciente victimización es que ésta podría no representar de manera precisa las otras victimizaciones experimentadas. Por ejemplo, en algunos escenarios de violencia en la pareja, la violencia aumenta con el tiempo. Una estrategia para evitar ese problema es la posibilidad de coleccionar información sobre series más grandes de incidentes violentos (las últimas tres victimizaciones). Esto es, coleccionar información sobre lesiones, consecuencias a largo plazo, costos, presencia de niños, cuándo se produjo la violencia, etc., que mejor represente las series de violencia.

Repetición de victimización

537. Hay algunas victimizaciones que están en curso y son difíciles de ver como un evento único. Estas victimizaciones, llamadas repetición o serie de victimizaciones, incluyen intimidación, acoso sexual, acoso psicológico/sexual en el trabajo, y violencia en la pareja. La repetición de victimizaciones está en curso y tiende a ser de carácter similar. Además, dichas victimizaciones se caracterizan por la incapacidad del encuestado para ofrecer características detalladas del incidente en cada evento, o el número exacto de incidentes.

538. El diseño de la encuesta debe tomar en cuenta la repetición de las victimizaciones. Muchas decisiones deben ser tomadas — todas las cuales se reflejarán en el diseño de la encuesta. Primero, el diseñador de la encuesta debe definir claramente qué constituye la repetición de la victimización. ¿Cuál, por ejemplo, debe ser el número mínimo de incidentes para considerarse repetición de victimización y darle un trato diferente a otros incidentes en la encuesta? ¿Debe haber tres eventos de carácter similar de los cuales la víctima no pueda dar información detallada? ¿O debe haber seis o más eventos antes de que se considere un sufrimiento de una serie de victimizaciones? ¿O hay algún otro número?

539. Una segunda decisión es cómo manejar estos múltiples incidentes. Recordar que el recuento de victimizaciones requiere del conocimiento de los detalles de cada incidente para determinar si ocurrió un delito, dentro del alcance, y si así fue, qué tipo de delito ocurrió. Una forma común de lidiar con esto es anotar el número de veces que el encuestado siente que fue victimizado y coleccionar las características del incidente de la más reciente victimización.

540. La tercera decisión importante es, entonces, cómo hacer el recuento o incluir las series de victimización en estimaciones. Un método es excluir todas las series de victimización de las estimaciones. Esta opción obviamente subestimaría la victimización. Un segundo método es utilizar los detalles del evento más reciente e incluirlos tantas veces como el encuestado declare que fue victimizado. Esto es, si alguien declara que fue victimizado diez veces en el periodo de referencia y menciona que el más reciente evento tuvo forma de un robo, las estimaciones incluirán diez robos. Esto podrá ofrecer mayor precisión en cuanto al aspecto cuantitativo de violencia, pero menor precisión en los aspectos cualitativos

si las victimizaciones no fueron muy similares o cambiaron de carácter con el tiempo. Una tercera opción utilizada es incluir las series de victimización en las estimaciones como un incidente. Obviamente esto subestima el verdadero alcance de victimización. Sin embargo, no introduce errores adicionales en los aspectos cualitativos de la victimización, asumiendo que todas las victimizaciones de las series fueron de naturaleza idéntica.

Cómo formular preguntas

541. Al redactar las preguntas de la encuesta, dos componentes fundamentales deben ser considerados. Primero, se debe tomar en cuenta la población de interés. Al entrevistar a la población en general, los niveles de educación, edad y experiencias culturales pueden variar. Segundo, se debe considerar el tema de la pregunta. Al redactar las preguntas de la encuesta, cada pregunta debe ser clara para el lector. Garantizar claridad significa tomar en cuenta la población objetivo. La meta es proporcionar preguntas tan claras que ningún encuestado se vea forzado a interpretar ninguna pregunta. La interpretación por parte del encuestado significa que éste utilizará su propio sistema de referencias comprometiendo los datos colectados. Asimismo, en encuestas nacionales puede ser necesario el uso de distintos idiomas (donde haya más de un idioma nacional, o donde se haga énfasis en la inclusión de minorías lingüísticas). Después de la traducción inicial, la redacción de las preguntas podría requerir de ser sometida a consideración, también en el idioma original, en un esfuerzo por encontrar las formulaciones que impliquen el mismo significado en diferentes idiomas.

542. En un esfuerzo por evitar las trampas más comunes, se recomiendan varios enfoques. Éstos incluyen:

- Utilizar términos simples;
- Evitar términos técnicos;
- Utilizar términos precisos, evitar palabras ambiguas o con múltiple significado;
- Evitar palabras despreciativas;
- Evitar coloquialismos;
- Evitar preguntas extensas que puedan confundir al lector;
- Evitar preguntas compuestas (p.ej. ¿Teme usted ser victimizado y que la policía no reaccione?);
- Evitar la construcción de preguntas que contengan demasiadas especificaciones, ya que éstas pueden parecer algo fastidiosas y difíciles de comprender;
- Evitar utilizar un lenguaje negativo (es decir, ¿no está usted de acuerdo con ...);
- Utilizar ejemplos para ayudar a una correcta interpretación para preguntas complejas.

543. Las encuestas de víctimas deben evitar utilizar un lenguaje jurídico ya que la mayoría de las personas no está familiarizada con el significado exacto de los términos legales. Además, los términos comunes asociados con el delito y la victimización son frecuentemente confundidos por los encuestados. Por ejemplo, muchos encuestados declararían que su hogar fue asaltado cuando el asalto es un término generalmente aplicado a una persona. Así, incluso los términos más comunes tales como el robo o el asalto son frecuentemente confundidos por la población en general. Asimismo, en las encuestas de violencia contra la mujer, por ejemplo, algunos encuestados podrían no sentir que lo que han experimentado fue un delito y podrían no reportar un incidente si se pone énfasis en que se trata de una infracción a la ley. Más que utilizar estas palabras, es preferible describir un evento en términos de sus elementos: el uso de la fuerza, la amenaza, la presencia de armas, el contacto físico, las lesiones físicas, la pérdida de propiedad, etc. El recuadro 41 proporciona el ejemplo de una pregunta mal formulada, seguido de una preferente.

544. Las preguntas de las encuestas de victimización son a menudo muy similares. A menudo, sólo pequeñas partes de las preguntas (p.ej. el periodo de referencia) cambian de pregunta a pregunta. Debido a esto, la estructura de una encuesta de victimización puede ser algo repetitiva. Y, pese a que la teoría sugiere evitar las oraciones largas, las preguntas de las encuestas de victimización muchas veces requieren ser extensas para ser precisas. Esto es en parte debido a la inclusión de ejemplos diseñados para mejorar el recuerdo del encuestado. Para hacer frente a estos importantes aspectos, estilos gráficos especiales (negritas, fuente de colores...) pueden ser utilizados para poner un mayor énfasis en la lectura de los encuestados y a fin de retener su interés.

RECUADRO 42: USO DE UNA REDACCIÓN CLARA: UN EJEMPLO

Mala redacción de una pregunta:

En los últimos... años, ¿alguien le ha arrebatado la bolsa, o alguien ha intentado arrebatarle la bolsa?

Redacción preferente de una pregunta:

En los últimos... años, ¿alguien le ha quitado o intentado quitarle su cartera, bolso o un objeto de valor (por ejemplo un reloj, un brazalete, un collar, una piel...), utilizando la fuerza, pero sin amenazas verbales ni el uso de un arma?

545. El cómo formular una pregunta en particular está relacionado, en parte, con el “dónde” reside la pregunta dentro del instrumento. Por ejemplo, la ubicación adyacente a las preguntas relacionadas con la violencia contra la mujer puede requerir algunos ejemplos para distinguir las dos preguntas. Si se va a colocar una pregunta sobre violencia sexual antes de otra pregunta sobre acoso sexual, es aconsejable agregar algunos ejemplos en la segunda pregunta haciendo hincapié en las diferencias que hay entre los dos eventos sobre los que se acaba de preguntar. En el Recuadro 42, un ejemplo de la experiencia italiana ilustra lo anterior.

RECUADRO 43: LA ENCUESTA ITALIANA SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

Durante el estudio piloto de violencia doméstica, se supo que colocar una pregunta sobre violación, por parte de alguien que no es la pareja, antes de una pregunta sobre acoso sexual, sin la utilización de ejemplos, confunde a los encuestados. Los encuestados perciben erróneamente que las preguntas sobre violación y acoso se refieren a delitos igualmente graves.

Consecuentemente, la formulación de un cuestionario alternativo que resalte los aspectos específicos de cada delito fue utilizada, proporcionando ejemplos concretos para una mejor asistencia a los encuestados.

Cuando las estimaciones de ambos enfoques fueron comparadas, los resultados mostraron que la falla en la utilización de ejemplos de la victimización de interés llevó a una subestimación de alrededor de seis puntos porcentuales.

Las preguntas utilizadas son las siguientes:

(Además de todo lo que usted ya ha mencionado,) (desde la edad de 16 años,) ¿Algún hombre la ha TOCADO SEXUALMENTE sin que usted lo quisiera, de una manera que fue ANGUSTIOSA para usted?

(Además de los eventos de los que ya hemos hablado) ¿desde su cumpleaños número 16 a la fecha, fue usted tocada por un hombre DE MANERA SEXUAL CONTRA SU VOLUNTAD de forma que a usted no le haya gustado?

Por favor considere que también nos estamos refiriendo a los eventos menos graves que pueden sucederle a una mujer, por ejemplo: en la escuela, en una disco, en el trabajo, en casa, en el cine, en el autobús.

Puede tomarse todo el tiempo necesario para pensarlo.

RECUADRO 44: CÓMO SONDEAR LA VIOLENCIA: NO MENCIONÁNDOLA

La Investigación sugiere que preguntar acerca de situaciones versus utilizar un término tal como ‘violencia’ ‘violación’ ‘asalto’ incrementa la divulgación de los eventos de victimización. En otras palabras, las preguntas no deben cuestionar acerca de la violencia física o sexual directamente. En lugar de ello, deben describir episodios, ejemplos o incidentes que el encuestado pueda reconocer como real en su vida. Los detalles utilizados en estos escenarios deben incluir una variedad de situaciones, ubicaciones y relaciones con el delincuente. Dichas variaciones ayudan a la víctima a recordar eventos y reducen la posibilidad de subestimar el fenómeno de interés.

Modalidades de respuesta

546. Al planear un cuestionario, es importante definir el tipo de preguntas a ser incluidas. Un cuestionario puede contener preguntas abiertas o cerradas. Dichas modalidades son discutidas más detalladamente a continuación.

Preguntas cerradas

547. Una pregunta cerrada es aquella en la que el entrevistado debe elegir entre un conjunto fijo de categorías de respuesta. Las preguntas cerradas son útiles cuando es posible definir de antemano una lista mutuamente exclusiva y exhaustiva de categorías de respuesta. Mutuamente exclusiva se refiere al hecho de que las categorías de respuesta enlistadas no se deben de transpolar en el significado. Las categorías de respuesta exhaustiva implican que todas las opciones de respuesta están ya ofrecidas. Si hay cualquier pregunta en la que la categoría de respuesta sea exhaustiva, se recomienda que la frase

‘Otro, por favor especifique’ sea incluida. La inclusión de esta frase evita dos problemas:

- La selección de categorías de respuesta incorrectas (un entrevistado que no encuentra una respuesta correcta podría decidir elegir cualquiera de las respuestas proporcionadas).
- Un incremento en el número de no-respuestas (el entrevistado puede sentirse frustrado si siente que no puede contestar la pregunta o que las categorías no toman en cuenta lo que él ha experimentado)

548. Desde luego, el incluir el elemento ‘Otro, por favor especifique’ entre las alternativas de respuesta, implica que el investigador debe trabajar más durante la captura de datos y la fase de corrección. Durante esta fase, el investigador tendrá que leer las respuestas de los encuestados cuidadosamente y, de ser necesario, asignarlas a las modalidades de respuesta ya existentes. La opción de ‘Otro, por favor especifique’ también permite al investigador expandir algunas modalidades de respuesta previamente definidas para incluir algún punto encontrado mediante el uso de la categoría ‘Otro, por favor especifique’. Esto permite al investigador crear nuevas categorías cuando un número sustancial de ‘Otro, por favor especifique’ indica esta necesidad. Las respuestas a esta frase también permiten al investigador ver si el encuestado no ha comprendido el significado de la pregunta formulada.

RECUADRO 45: UNA NUEVA CATEGORÍA DE RESPUESTA EN LA ENCUESTA ITALIANA DE VICTIMIZACIÓN

En la encuesta de ‘Seguridad Ciudadana’ 2002, el análisis de las respuestas proporcionadas en ‘Otro, por favor especifique’ relacionadas al tipo de objetos que un ladrón ha robado condujo a la inclusión de una categoría de respuesta no utilizada previamente: teléfono móvil. Entre 2002 y 1997, cuando la encuesta se realizó por primera vez, el robo de teléfonos móviles había incrementado lo suficiente como para obligar su inclusión como categoría de respuesta.

549. Las preguntas cerradas tienen grandes ventajas. Proporcionan respuestas uniformes y ahorran tiempo y energía intelectual, de parte tanto del encuestado como del encuestador. Dado que las preguntas cerradas están diseñadas para ayudar a los encuestados a concentrarse en los aspectos importantes para el investigador, el esfuerzo cognitivo necesario para proporcionar una respuesta es mínimo. Éstos sólo necesitan identificar una categoría dentro de las emitidas. Además, la fácil codificación, especialmente en el caso de los cuestionarios estructurados para auto-compilación, ayuda profundamente a reducir errores de transcripción y ahorra tiempo. Las modalidades más frecuentemente utilizadas para respuestas codificadas son aquellas relacionadas con la presencia/ausencia de un fenómeno, generalmente codificadas como ‘Sí’, ‘No’, ‘No lo sabe’ y ‘No contestó’. Usualmente los dos últimos elementos no son solicitados, pero pueden ser considerados como respuestas de refugio. En otros casos, se puede preferir una estructura más compleja de respuestas, por ejemplo, graduar la respuesta o proponer varias alternativas.

550. Por otra parte, las preguntas cerradas tienen algunas desventajas. Su principal defecto es la ‘sobre-determinación del esquema de referencia’ (Morton-William y Sykes, 1984). El encuestado sólo puede elegir una categoría entre aquellas proporcionadas y no puede aclarar ni expresar más allá su posición. Por lo tanto, alienta la pasividad de los encuestados, proporcionándoles una vía para esconder la ignorancia o el desinterés en el tema. Consecuentemente, los individuos que contestan una pregunta cerrada invariablemente parecen tener un nivel de información más alto que el promedio que los individuos que contestan una pregunta abierta sobre el mismo tema.

551. Otra desventaja que se produce con las preguntas cerradas, en ocasiones, es el uso de demasiadas alternativas, particularmente en encuestas en donde las alternativas son leídas al encuestado. La investigación sugiere que una persona promedio puede evaluar un máximo de siete alternativas al mismo tiempo. Esto sugiere que cuando se proporciona una lista larga de alternativas, el orden en que las respuestas son presentadas puede influir las respuestas del encuestado y, posiblemente, distorsionar las frecuencias. Una manera de resolver este problema es estructurar la pregunta como una pregunta abierta. El entrevistador puede entonces marcar la categoría de pregunta cerrada apropiada. Esta técnica claramente supone una carga al entrevistador, ya que éste debe decidir cómo registrar las respuestas. Evidentemente, esta opción metodológica requiere de entrevistadores altamente capacitados. En entrevistas personales, a veces se utilizan tarjetas para presentar las alternativas a los encuestados, facilitándoles la evaluación de las opciones.

RECUADRO 46: ¿CÓMO UTILIZAR LA INFORMACIÓN DE 'OTRO, POR FAVOR ESPECIFIQUE' EN LA CLASIFICACIÓN DEL DELITO?

En la sección de hurto de carteristas de la encuesta, el encuestado a veces contesta a la pregunta 'Cómo se llevó a cabo el delito' con 'Lo dejé en la mesa'. Porque el hurto de carteristas se refiere a algo que ha sido quitado a la persona encuestada, estas respuestas claramente indican que el encuestado malentendió el tipo de delito del que los investigadores preguntaron. En estos casos, el entrevistador debe vigilar la errónea comprensión del encuestado, marcando la respuesta con el código relacionado a este tipo de error (Ejemplo 1).

EJEMPLO 1:

¿Cómo se llevó a cabo el delito? (hurto de carterista)

Alguien se aproximó a usted con una excusa mientras caminaba	1
Alguien se aproximó a usted engañosamente, por ejemplo, se vio envuelto en una riña falsa o alguien lo abrazó	2
Usted fue golpeado o empujado en un lugar tumultuoso	3
Su atención fue captada por un ruido o un evento, cuyo propósito era distraerle	4
No lo sabe, no notó nada en el momento	5
Tomaron ventaja sobre usted mientras estaba distraído	6
Otro (por favor especifique)	7
SE DESCUIDÓ EL OBJETO	96
EL OBJETO ESTABA EN EL AUTO	97
EL OBJETO FUE TOMADO POR LA FUERZA	98
EL OBJETO FUE EXTRAVIADO	99

Las preguntas relacionadas con lo que ha sido robado también ayudan a entender si ha habido un malentendido en la clasificación del delito. Por ejemplo, los encuestados a veces contestan la pregunta respecto al robo de objetos personales, declarando que han sido privados de algunas partes del automóvil y considerando que la pregunta de investigación era: *¿En los pasados tres años, alguien le robó o intentó robarle dinero o artículos que usted no portaba directamente, como dinero o joyas, de un guardarropa; el bolso o equipaje en un tren; libros en la escuela o el trabajo... (no considere los objetos robados de su auto, casa o las partes externas de su casa)?*. Está claro que el encuestado entendió mal la pregunta que se le dirigió.

Aquí también, el entrevistador tuvo la posibilidad de corregir el error utilizando el código 99 presente entre las alternativas de respuesta (Ejemplo 2), reduciendo el trabajo para el investigador en la fase de corrección de datos.

EJEMPLO 2

¿Qué fue robado?

(Plantee la pregunta otra vez, más de una respuesta posible)

Billetera, bolso	1
Tarjetas de crédito, talonario de cheques, vales de comida	2
Dinero	3
Documentos	4
Bolso, equipaje	5
Joyería, relojes	6
Cámara, cámara de video	7
Teléfono móvil	8
Computadora	9
Walkman, radio, casetera	10
Llaves	11
Libros y material de escritura (calculadora, bolígrafo, etc.)	12
Ropa	13
Equipo y herramientas deportivas y de trabajo	14
Artículos personales (maquillaje, gafas, sombrilla, etc.)	15
Otros (por favor, especifique)	16
ARTÍCULOS Y PARTES DEL AUTO	99

RECUADRO 47: DIFERENTES FORMAS DE PLANEAR MODALIDADES DE RESPUESTA: EJEMPLO TOMADO DE LA ENCUESTA ITALIANA DE SEGURIDAD CIUDADANA

4.1 En los últimos tres años, alguien le ha arrebatado utilizando la fuerza o intentado arrebatarse su bolsa u objetos de valor (por ejemplo un reloj, un brazalete, un collar, una piel...), sin amenazas con armas o palabras?

No _____ 1 → vaya a la pregunta 4.4
Sí _____ 2

3.1 ¿Qué tan seguro se siente caminando en la calle cuando está oscuro y usted está solo, en la zona en que usted vive? (lea las respuestas)

Bastante seguro _____ 1
Muy seguro _____ 2
No muy seguro _____ 3
Nada seguro _____ 4
Nunca salgo _____ 5

3.2 Trate de recordar la última vez que salió por su zona, por cualquier motivo, y ya estaba oscuro. ¿Trató de mantenerse alejado de ciertas calles o de ciertos lugares o trató de evitar a ciertas personas por razones de seguridad?

No _____ 1
Sí _____ 2
No lo sé, no recuerdo _____ 3
Nunca salgo _____ 4

3.13 La gente tiene muchas opiniones sobre la clase de sentencia que se le debe imponer al delincuente. Imagen de un chico de 21 años, culpable por segunda ocasión de robo a una casa. La última vez robó una televisión. ¿Cuál de las siguientes frases cree usted que sea correcta en este caso?

Multa _____ 1
Prisión _____ 2
Servicios a la comunidad, arresto domiciliario _____ 3
Libertad condicional _____ 4
Otra frase _____ 5

RECUADRO 48: MANEJO DE UNA LISTA LARGA DE CATEGORÍAS DE RESPUESTA

Las pruebas previas de la Encuesta Italiana sobre Violencia Contra la Mujer (Encuesta de seguridad de la mujer 2006) remarcaron algunas de las dificultades impuestas por una lista larga de categorías de respuesta. En esta encuesta, los representantes del campo codifican las respuestas del encuestado. Cuando se presentaban más de siete categorías, los entrevistadores tenían dificultades para realizar dicha tarea con precisión.

Este era especialmente el caso cuando las preguntas tenían respuesta múltiple y se podía dar más de una respuesta. Parece que los entrevistadores podrían haber estado modificando involuntariamente lo que los encuestados declaraban. Los datos del análisis de la prueba previa revelaron una concentración de frecuencias en alternativas particulares, así como el uso excesivo de 'Otro, por favor especifique'.

Para abordar este problema, se decidió corregir la estructura formal y de fondo de algunas de estas preguntas. En otras palabras, se decidió cambiar la edición de estas preguntas y, después de leer las respuestas proporcionadas en 'Otro, por favor especifique', para ofrecer nuevas categorías. Específicamente, los investigadores hicieron varios cambios importantes:

- Agruparon categorías de respuesta previamente separadas en una sola categoría. Este cambio permitió a los entrevistadores marcar más fácilmente la categoría de respuesta correcta.
- Ampliaron algunas categorías de respuesta con base en las respuestas transcritas en 'Otro, por favor especifique'. Esto redujo la sobreutilización de dicha frase.

552. Evidentemente, es muy importante monitorizar estrechamente cuándo y cómo ajustar las preguntas de respuesta cerrada o semicerrada.

Preguntas abiertas

553. La alternativa a las preguntas cerradas son las preguntas abiertas. Estas preguntas permiten a los encuestados expresar sus respuestas en sus propias palabras. A pesar de que las preguntas abiertas son más comúnmente encontradas en encuestas pequeñas, también se utilizan en encuestas grandes. Por ejemplo, las preguntas abiertas fueron utilizadas en la Encuesta Italiana de Victimización, bajo la sección de "abuso y violencia" relacionado con el chantaje sexual que las mujeres sufren en sus trabajos. En lugar de ofrecer una serie de ocupaciones de las cuales las encuestadas podían elegir, éstas podían establecer cuál era su ocupación al momento del chantaje. El propósito principal de utilizar preguntas

abiertas en este caso era evitar errores en la clasificación de los empleos en una lista prediseñada de ocupaciones. Claramente, este enfoque requiere trabajo adicional durante la fase de limpieza y codificación de datos. Cada respuesta debe ser formalizada, y las respuestas proporcionadas deben ser organizadas en las categorías ofrecidas en las encuestas de ‘Fuerza Laboral’ y ‘Actividad Económica’ (clasificación NACE).

554. Las principales desventajas de las preguntas abiertas son los esfuerzos cognitivos requeridos de parte del encuestado y una mayor probabilidad de distorsión por parte del entrevistador al registrar las respuestas. Además, las respuestas abiertas requieren de un periodo considerable de tiempo para su codificación, así como costos más altos y tiempo entre cada fase posterior a la entrevista. Esto ha sido documentado en muchas experiencias con encuestas internacionales, en las que se ha aprendido que a veces las preguntas abiertas, a pesar de ser útiles para obtener una cierta calidad, no ayudan a la “economía” de la investigación. Los esfuerzos hechos durante el análisis subsecuente de datos y las fases de limpieza precisan de mucho tiempo y costos. Finalmente, las preguntas abiertas pueden ser más difíciles para las personas que no están acostumbradas a expresar sus pensamientos, actitudes y comportamiento a detalle.

555. En contraste, la ventaja principal de las preguntas abiertas es que éstas garantizan respuestas espontáneas. No hay riesgo de condicionar la respuesta o de “sub-determinar el estímulo”. Y, con base en la respuesta del encuestado, el entrevistador puede evaluar mejor si el encuestado realmente entendió la pregunta. Las preguntas abiertas se aconsejan cuando las cerradas requieren de demasiadas opciones, las respuestas se anticipan como complejas o las categorías de respuesta no son conocidas totalmente. Por lo tanto, las preguntas de respuesta no estructurada son a menudo utilizadas en fases de prueba previa para ayudar a determinar qué categorías de respuesta deben ser incluidas en las preguntas cerradas que aparezcan posteriormente, al final del instrumento de encuesta.

Preguntas de jerarquización o clasificación

556. Las preguntas de jerarquización o clasificación son aquellas que piden al encuestado clasificar en orden de importancia un cierto número de respuestas relacionadas al fenómeno. En este caso, el investigador conoce y propone alternativas. Los entrevistados deben colocar la lista que se les presenta en orden de importancia. Como todas las preguntas, es importante que el encuestado entienda claramente todos los elementos. Dado que estas preguntas requieren de un esfuerzo considerable, el número de elementos a ser ordenados jerárquicamente no deben ser demasiado grande, a menos que sea absolutamente necesario.

RECUADRO 49: EJEMPLO HIPOTÉTICO DE UNA PREGUNTA JERÁRQUICA

Me gustaría preguntarle su opinión sobre qué tan grave considera USTED ciertos delitos. Por favor coloque estas situaciones delictivas en orden, empezando por aquella que usted piense que es la menos grave y continúe con la que le parezca más grave.

1. Una persona roba a una víctima. La víctima es lesionada pero no hospitalizada.
2. Un empleado malversa \$ 1 000 de su patrón.
3. Una persona vende heroína a otros para su reventa.
4. Un hombre viola a una mujer por la fuerza. No ocurren otras lesiones físicas.
5. Una persona lesiona intencionalmente a una víctima. La víctima es atendida por un doctor y hospitalizada.

557. Un apoyo que puede ser utilizado en encuestas cara-a-cara es un conjunto de pequeñas tarjetas. Cada tarjeta tiene escrita sobre sí una categoría de respuesta. El encuestado puede utilizar estas tarjetas para ordenar las categorías. Otra opción es solicitar que el encuestado coloque un subconjunto de categorías en orden de importancia. Dicha estrategia es referida como una pregunta jerárquica medida parcialmente. Esto es particularmente útil durante las entrevistas telefónicas.

558. Dado que las preguntas jerárquicas permiten estructurar las preferencias del encuestado, la información colectada es superior a aquella alcanzada con preguntas de respuesta múltiple no jerárquicas. Sin embargo, deben ser utilizadas con precaución debido a la carga que implican para el entrevistador y para el encuestado.

Preguntas retrospectivas

559. Las encuestas de victimización generalmente implican el pedir al encuestado que considere eventos del pasado. Por lo tanto, las preguntas utilizadas son referidas como preguntas retrospectivas. Un prob-

lema con las encuestas retrospectivas es el asegurar que el encuestado recuerde correctamente tanto el evento ocurrido como el lugar donde la victimización se llevó a cabo. Los errores de memoria incrementan a medida que los periodos son más largos.

560. Una posibilidad para minimizar el error asociado con las preguntas retrospectivas es repetir la encuesta después de periodos de tiempo más cortos (por ejemplo, después de seis meses en lugar de un año). Si el presupuesto u otras limitaciones interfieren en este enfoque, el uso de una redacción particular puede ayudar al encuestado a recordar un evento. En particular, puede utilizarse una técnica de canalización de preguntas. Esta técnica sugiere que el encuestado sea cuestionado sobre cualquier evento (p.ej. victimización) durante su vida. Después, si se revela un evento, el entrevistador puede preguntar sobre un periodo de tiempo más pequeño (p.ej. los últimos tres años). Y otra vez, si el evento ocurrió durante ese periodo, el encuestado puede ser cuestionado sobre un periodo todavía más corto, como los últimos 12 meses o el último año calendario.

561. A veces el encuestado puede recordar un evento, pero no ser claro para precisar cuándo ocurrió éste exactamente. Un enfoque útil para esta situación es la técnica de “datos de atención”. Utilizando este enfoque, el entrevistador preguntará al encuestado sobre cómo iba vestido cuando ocurrió el evento. Esto puede ayudar a reconocer la estación del año, o si esto ocurrió durante una celebración en particular (fiesta nacional, Navidad, pascua, vacaciones, cumpleaños de familiares o amigos).

RECUADRO 50: EL PERIODO DE REFERENCIA UTILIZADO EN ENCUESTAS DE VICTIMIZACIÓN Y VIOLENCIA: ANÁLISIS DEL INVENTARIO DE ENCUESTAS DE DELITO ONUDD-CEE

El periodo de referencia más frecuente para reportar un delito es “un año” o “12 meses antes de la entrevista”, los siguientes también están indicados por una frecuencia más alta: “cinco años”, “toda la vida”, “los últimos seis meses” y “tres años antes de la entrevista”. En muchos casos, tanto “cinco años” como “un año” antes de la entrevista son considerados, ya que se destacarán al tratar con las estrategias para reducir el efecto telescópico (14 encuestas de 19 que utilizan un periodo de referencia de cinco años, también preguntan sobre eventos ocurridos un año antes de la entrevista). En estos casos, las estimaciones son publicadas en referencia a los 12 meses del periodo de referencia. Italia considera el periodo de referencia de tres años en lugar de cinco, pero en esta fase, se unió al periodo de referencia de cinco años para mayor brevedad. Es importante notar que cuando el periodo de referencia es un año, muchas encuestas indican el años calendario como un periodo de referencia fijo, mientras que otras, utilizan un periodo de referencia movable, considerando un periodo del primer mes de los últimos 12 meses antes de la entrevista, como una referencia para coleccionar eventos. Ese primer mes se convierte en un ancla para delimitar el periodo de referencia, el cual se moverá de acuerdo a la extensión de la encuesta.

Otras encuestas, en particular las encuestas de panel, enlazan el periodo de referencia con la entrevista anterior, que pudo haber ocurrido cada 9 o 15 meses, con un periodo de referencia movable de cerca de 11 meses en promedio (Suiza), o de alrededor de seis meses para la US NCVS. Al considerar periodos de toda una vida, también consideramos los periodos de referencia definidos como “de 16 o 18 años”, que evidentemente son utilizados al coleccionar eventos de violencia física y/o sexual.

Tipo de periodo de referencia utilizado.

Periodo de referencia	N	%
Seis meses	6	8
Un año/12 meses	46	58
Tres años	1	1
Cinco años	18	23
Toda la vida (o > 16/18 años)	7	9
Otro	2	3

Las encuestas que coleccionan datos sobre victimización pueden ser encuestas específicas o multipropósitos con un módulo sobre victimización y/o delitos incluido. Del inventario de CEE, 55% son encuestas de victimización; 41% son encuestas multipropósitos con la inclusión de un módulo sobre victimización; 3% son de otro tipo. Las encuestas de victimización consideran más frecuentemente cinco años, seis meses y/o un año como periodos de referencia. Las encuestas multipropósitos adoptan más frecuentemente un año y seis meses como periodos de referencia para coleccionar eventos delictivos.

Otras encuestas usualmente se refieren a toda una vida o un largo periodo que comienza cuando el encuestado tenía 16 o 18 años.

Las encuestas de victimización utilizan periodos de toda una vida sólo para coleccionar eventos de violencia sexual, con la única excepción de la Encuesta Internacional de Delitos en Negocios — Lituania.

Elementos de escala

562. Las preguntas de escala ofrecen categorías de respuesta utilizando una escala verbal o numérica. La técnica de escala es principalmente utilizada para medir actitudes, opiniones, motivaciones, juicios y valores. Entrevistando directamente al individuo utilizando preguntas con respuestas de escala es la manera más fácil y confiable de obtener dicha información.

563. Las preguntas de escala pueden administrarse de diversas maneras. La primera es presentar respuestas como independientes en términos semánticos, es decir, su propio significado intrínseco no necesita ser relacionado con otras alternativas disponibles en la escala para ser entendido (escala nominal). El segundo método es proporcionar categorías de respuestas que sean independientes parcialmente. Por ejemplo, las categorías de respuesta pueden ser: “mucho”, “suficiente”, “poco”, “nada” (escala ordinal). El tercero es ofrecer categorías de respuesta que sean un anclaje en sí. Por ejemplo, se le puede pedir al encuestado que exprese su opinión sobre la lucha de la ley contra un delito en particular utilizando una escala desde el “1” (“menos favorable”) hasta el “10” (más favorable). Esto es, sólo las dos categorías extremas son significativas, mientras en medio de éstas hay un continuo donde el encuestado identifica su posición.

564. Al usar los elementos de escala, se puede incluir una opción neutral o imparcial, como “No lo sé” o “Sin opinión”. Una desventaja de incluir opciones neutrales o imparciales es que el encuestado puede optar por esta opción fácil cognitivamente. Algunas investigaciones sugieren que lo mejor es evitar el uso de categorías neutrales, para de ese modo “forzar” a los encuestados a tomar una posición.

565. Otra categoría de respuesta a veces ofrecida al utilizar elementos de escala es una opción central o neutral. Esto es, la escala numérica ofrecida puede ir de un rango de 1 (más deseable) a 5 (menos deseable) con la opción central 3 representando “sin preferencia”. Los especialistas en encuestas tienen opiniones encontradas sobre si utilizar una opción central o neutral. Algunos alegan que el encuestado se inclinará a seleccionar indiscriminadamente el valor central, por lo que la omisión de esta opción da una más clara distinción entre los puntos de vista alternativos. Este puede ser particularmente el caso en cuestionarios auto administrados. Sin embargo, otros creen que una respuesta neutral, que no indique una opinión en particular, es una respuesta válida para algunas preguntas, y que es inapropiado tratar de forzar a los encuestados a tomar una u otra posición. Adicionalmente, muchas encuestas utilizarán una escala para respuestas que vayan de un rango de 1 a 4, o 1 a 5 si incluyen una respuesta neutral. Sin embargo, en análisis y presentación de resultados, es normal fusionar las respuestas 1 y 2, y fusionar la 3 y 4, ya que las diferencias en las respuestas reflejarán principalmente la diferencia de carácter de los entrevistados (es decir, si tienden normalmente a responder apasionada o desapasionadamente a ciertas preguntas) más que diferencias genuinas en la fuerza de los sentimientos.

566. El número de elementos en la escala depende del tipo de entrevista. En entrevistas telefónicas, se sugiere ofrecer a los encuestados la oportunidad de elegir entre menos elementos, tales como “a menudo”, “a veces”, “ocasionalmente”, “nunca”. Debe dejarse al entrevistador el registro de “No lo sabe” o “Se negó a contestar” si el encuestado declara que ése es el caso.

Escala de Likert

567. Una escala de medición de Likert es una técnica de acuerdo a la cual los encuestados reciben una lista de elementos, cada uno de los cuales expresa actitudes positivas y negativas hacia objetos específicos. Cada elemento prevé cinco diferentes respuestas posibles: “Totalmente de acuerdo”, “De acuerdo”, “Dudoso”, “En desacuerdo”, “Totalmente en desacuerdo”. Mediante la adición de las calificaciones expresadas, es posible delinear, de manera razonablemente precisa, cómo se siente el sujeto con respecto al problema o el objeto de la encuesta.

568. Las cualidades específicas de esta escala de medición pueden ser sintetizadas como sigue:

- a) Cada elemento es expresado como una declaración y se pide a los individuos que los califiquen por medio de una escala de calificación. Dicha escala de respuestas tiene una autonomía semántica parcial
 → el significado de cada categoría es sólo parcialmente autónomo;
- b) Dado que cada elemento debe representar un indicador de la construcción teórica de que la escala se propone examinar y medir, la construcción teórica es llamada variable latente: latente porque no es directamente observable y variable porque algunas de sus propiedades, como la fuerza y la anchura, pueden variar de acuerdo a las personas o condiciones;
- c) Las calificaciones de cada elemento deben ser añadidas;

d) El hecho de que los elementos no tengan una respuesta “correcta” lo hace diferente de las pruebas de respuestas múltiples; las escalas de calificación no pueden utilizarse para examinar el conocimiento y las habilidades.

569. Entre sus cualidades más importantes, esta escala es capaz de graduar el comportamiento y las opiniones del encuestado respecto a un tema específico de la encuesta y revela las creencias más cercanas a las experiencias.

570. Una de sus ventajas principales es que se puede administrar fácilmente a los encuestados. El registro de las respuestas es muy sencillo formalmente: las categorías de respuesta son claras y siguen un esquema predeterminado. Para expresar sus puntos de vista, los entrevistados pueden elegir entre varias alternativas de respuesta, a diferencia de escalas que se limitan a establecer una reacción dicotómica (sí/no o Estoy de acuerdo/No estoy de acuerdo). Además, las respuestas pueden ser ordenadas fácilmente en un continuo.

571. Dado que la típica estructura de batería de los elementos requiere que los entrevistados lean y reflexionen cuidadosamente sobre ellos, las escalas de comportamiento de Likert pueden ser legítimamente utilizadas en entrevistas auto-aplicadas, donde los encuestados puedan reflexionar y evaluar tranquilamente la respuesta que más refleje sus opiniones.

572. Análisis multidimensionales de las respuestas obtenidas a través de la escala de Likert pueden ayudar a identificar y entender qué tipo de relación, si la hay, existe entre los aspectos estructurales y las características socio-sicológicas de los encuestados. El cuadro resultante es ciertamente completo y exhaustivo gracias al hecho de que los datos objetivos son puestos en relación con los elementos subjetivos. En la encuesta de victimización, por ejemplo, las escalas de Likert podrían ser incluidas en la sección que trata con sentimientos o temores a los delitos y las sensaciones de deterioro social y del medio ambiente (Ejemplo 1). La fase de procesamiento de datos podría implicar la realización de análisis multidimensionales que relacionen el perfil personal del encuestado, definido con base en sus opiniones subjetivas expresadas a través de la escala, con los resultados surgidos de las secciones relacionadas con los delitos sufridos y, así, con experiencias objetivas de victimización.

EJEMPLO 1

¿Qué tanto está o no de acuerdo con las siguientes declaraciones?	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Dudoso	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
(una respuesta por fila)					
Los vecindarios en los que viven los inmigrantes están más degradados	1	2	3	4	5
La buena iluminación y calles más limpias permiten una mejor calidad de vida	1	2	3	4	5
Quienquiera que cometa actos de vandalismo contra la propiedad pública debe ser castigado con servicios a la comunidad	1	2	3	4	5
‘Calidad de vida’ es algo que afecta sólo a aquellos que viven en la ciudad	1	2	3	4	5
Si la policía patrulla las calles más a menudo, muchos actos de vandalismo no ocurrirían	1	2	3	4	5
No se debería permitir a los indigentes ni a los gitanos mendigar en las calles	1	2	3	4	5

573. Sin embargo, las escalas de Likert tienen algunas desventajas, algunas de las cuales están enlazadas con la estructura típica de la escala de respuestas cerradas. Dado que los entrevistados deben elegir de entre unas pocas alternativas, no son alentados a reflexionar. Y lo que es más, si no tienen nada que decir sobre el argumento, pueden ser inducidos a dar una respuesta no razonada o incluso superficial, quizá esconder su ignorancia y desinformación sobre un argumento dado. Por otra parte, las personas particularmente informadas e interesadas pueden ser impedidas para dar “una contribución original al investigador, lo que a veces genera frustración e irritación en aquellos que tienen una opinión que no puede ser expresada en ninguna de las categorías preestablecidas” (Pitronne 1984, 62). En este caso, un entrevistado podría decidir no contestar ya que su opinión no está condicionada por las escasas y cerradas alternativas proporcionadas por el instrumento de la encuesta.

574. Desde luego, de cualquier forma en que las escalas de comportamiento de Likert sean utilizadas, es importante seguir algunas reglas generales, especialmente poner mucha atención al formular los

elementos. Los términos utilizados deben reflejar el lenguaje actual y no deben ser ambiguos, etc. Los elementos seleccionados deben ser semánticamente sencillos, y se deben evitar los elementos compuestos, en particular, es decir, las declaraciones que se refieran a dos situaciones diferentes de un mismo objeto. Además, “(...) la mayoría de la gente tiene sólo un conocimiento aproximado sobre todo lo distante de su propio mundo vital, pero hace distinciones sofisticadas en todo lo relacionado al trabajo y las actividades de tiempo libre. Por lo tanto, es importante que los entrevistados entiendan el texto del elemento a fin de que expresen sus propias opiniones sobre el argumento y que los elementos que se les ofrecen sean delineados con mucho conocimiento del caso para no hacerlos parecer vagos y/o inexactos. Los elementos deben ser estructuralmente simples e implicar sólo una declaración referente a un solo objeto” (Marradi — Gasperoni, 2002). Estas recomendaciones revelan una vez más la naturaleza de doble filo de dicha técnica: simple en estructura y comprensión, compleja en preparación y conceptualización.

Ventajas y desventajas de elementos de escala

575. Las escalas ofrecen muchas ventajas. La ventaja más grande es su simplicidad. Las escalas son más fácilmente administradas a los encuestados, éstos las entienden y las respuestas son fácilmente registradas y codificadas. Las escalas permiten a los encuestados expresar sus puntos de vista con varias alternativas, en contraste con las respuestas dicotómicas (es decir, sí/no, de acuerdo/en desacuerdo). Y las escalas permiten respuestas que puedan ser fácilmente ordenadas en un continuo significativo.

576. Las escalas son muy propensas a algunas desventajas, sin embargo. Primero, porque los encuestados deben elegir desde relativamente pocas alternativas, no son alentados a reflexionar profundamente sobre el tema de interés. Además, si el encuestado no tiene nada que decir sobre el tema, podrían ser inducidos a dar una respuesta no razonada o incluso superficial. Por otra parte, las personas particularmente informadas e interesadas pueden decidir no contestar, ya que sus respuestas no están condicionadas por las alternativas proporcionadas por el instrumento de la encuesta.

577. Un problema a ser evitado en los elementos de escala es el sesgo a las respuestas. Esto puede ocurrir cuando un instrumento de encuesta ofrece una serie de preguntas en las que las categorías de respuesta son las mismas. Por ejemplo, una serie de preguntas puede ser contestada marcando ya sea “sí” o “no”. Esto puede ser un problema en una escala Likert, donde “los elementos de una escala Likert son presentados a los encuestados no separadamente, [...] pero siempre como una batería secuencial utilizando el mismo esquema de respuestas” (Cacciola — Marradi 1988, 69). Consecuentemente, los encuestados pueden inclinarse a dar la misma respuesta independientemente de la pregunta planteada. Cuando el encuestado identifica un patrón en las categorías de respuesta, pueden dejar de leer las preguntas y simplemente marcar la columna entera de respuestas como ‘sí’ o ‘no’ o ‘De acuerdo’ o ‘En desacuerdo’. Obviamente este comportamiento compromete el valor de los datos colectados y debe ser evitado. Una manera de hacer esto es romper los bloques de preguntas en bloques más pequeños y revertir el sentido de ‘sí’/‘no’ de las preguntas planteadas.

578. Y finalmente, las escalas pueden producir un conjunto de respuestas aquiescente. Esto se refiere a la tendencia de que los individuos tienen que ser agradables. Por lo tanto, en una situación de encuesta, los encuestados son más propensos a estar de acuerdo con los elementos que a estar en desacuerdo. Claramente, un sesgo de aquiescencia distorsionará los datos. Por lo tanto, la polaridad de algunas declaraciones debe en ocasiones ser invertida a fin de hacer mensurable la presencia de este sesgo.

RECUADRO 51: INSTRUCCIONES PARA EL ENCUESTADO

Después de haber seleccionado el tipo de pregunta a ser utilizada (es decir, respuesta única, respuesta múltiple, jerárquica, de escala, etc.), es necesario proporcionar instrucciones claras al encuestado para que conteste las preguntas. Estas instrucciones deben aclarar al encuestado exactamente qué es lo que se espera que haga. Dependiendo del tipo de pregunta, esta parte de las instrucciones puede incluir:

- seleccione sólo una respuesta
- proporcione un máximo de tres respuestas
- verifique que todas apliquen
- por favor, clasifique los siguientes elementos del más preferible al menos preferible
- por favor, seleccione las tres opciones más preferibles y luego clasifíquelas de la más favorable a la menos

Aparte de las instrucciones específicas, es importante incluir instrucciones más generales para el encuestado. Esto incluye instrucciones tales como:

- lea todos los elementos cuidadosamente
- por favor tómese su tiempo para reflexionar sobre la mejor respuesta

C. Consideraciones culturales y lingüísticas

Lenguas: ¿El cuestionario será aplicado en más de un idioma?

579. A medida que las fronteras son cada vez más abiertas, los países del mundo se están volviendo más diversos. Al diseñar un cuestionario para una encuesta de víctimas, se tiene que tomar en cuenta la diversidad de la población si se pretende que los resultados sean representativos de la población. Un factor importante que debe ser considerado es el perfil lingüístico de aquellos que serán incluidos en la muestra. Cuando se trata de asegurar que las preguntas sean pertinentes, claras y fáciles de entender para todos los individuos de la población, la traducción implica algunos retos dado que no todas las lenguas tienen palabras para describir los mismos conceptos.

580. El primer reto es decidir en qué idiomas será aplicada la entrevista para que ésta sea representativa de la población. Esto se puede determinar mediante la consulta de los censos de la población u otras investigaciones que detallen qué idiomas son más frecuentemente hablados en casa por la población encuestada. Se deben hacer esfuerzos para incluir los idiomas más hablados. También puede haber requisitos legales, p.ej. en caso de que haya más de una lengua oficial en el país, o en el caso de minorías nacionales legalmente reconocidas.

581. El segundo reto es traducir la entrevista a modo de mantener el mismo significado y asegurar que a la muestra completa se le planteen las mismas preguntas. El grado de dificultad de este reto varía dependiendo del idioma. Algunas lenguas no tienen palabras o frases equivalentes a otras lenguas. La consistencia en la redacción de las preguntas es esencial para garantizar la comparabilidad en las poblaciones. Para facilitar esta tarea, deben formarse grupos expertos para asistir en la redacción de las preguntas y en la identificación de otros asuntos que se puedan generar debido a la diversidad étnica de la población. La traducción del cuestionario no debe ser vista como un proceso de una sola vía, ya que también puede implicar el hacer ajustes a la versión original a fin de encontrar los términos que mejor equivalgan en las diferentes lenguas.

582. Tras el desarrollo de los contenidos, estudios cualitativos con grupos focales y entrevistas cara a cara con su respectiva retroalimentación deben llevarse a cabo. Si es posible, estos estudios deben realizarse en múltiples ocasiones y en varios idiomas. Cada serie de estudios ayudará a entender mejor la manera en que la gente responde a las preguntas, identifica ciertos problemas y mejora el cuestionario. Durante una larga prueba piloto, problemas adicionales que pudieron no haber sido detectados pueden identificarse. Esta prueba también confirmará si la tasa de no respuesta debido a las barreras del idioma se ha abordado.

583. Otro reto es que no solamente se debe traducir apropiadamente la encuesta, sino que hay que buscar a individuos que hablen los varios idiomas en los que será aplicada la encuesta para que la lleven a cabo. Puede haber dificultades si los entrevistadores no son capaces de hablar las otras lenguas eficazmente para transmitir los conceptos. Un reto final es encontrar los recursos para traducir las respuestas a la lengua oficial del país cuando las preguntas sean abiertas, a fin de que esos resultados puedan ser analizados e incluidos en el estudio.

Cuestiones culturales/diferencias

584. Además de los problemas que pueden generar la diferencia de idiomas, hay una serie de cuestiones culturales que pueden tener un impacto en el éxito de una encuesta y en la calidad de los datos colectados. Una gama de estas consideraciones culturales podría ser relevante dependiendo del propósito de la encuesta, las poblaciones que estén siendo encuestadas y el ambiente en el que el vehículo de la encuesta esté siendo aplicado. Estas situaciones tienen más probabilidades de generarse cuando la población del área a ser encuestada (ya sea una ciudad, estado, región, cantón, provincia o nación), está comprendida por personas de múltiples orígenes étnicos o culturales. El objetivo de una encuesta puede ser específicamente entender la victimización delictiva de un grupo cultural o étnico en particular. Alternativamente, el objetivo puede ser el obtener una muestra representativa del área, y el reto puede ser obtener el apoyo de una minoría cultural con el fin de alcanzar estas metas. Como se mencionó previamente, estos retos pueden ser exacerbados por las diferencias lingüísticas. Como regla general, la organización estadística en estos casos, representará a un grupo cultural dominante y tendrá que considerar los requerimientos, costumbres y actitudes de otros grupos étnicos y culturales. El entendimiento, el ser capaz de definir los grupos culturales de referencia y el identificar a las personas de estos grupos cuando sea necesario, puede ser esencial para alcanzar las metas de la encuesta.

585. Es vital que todo encuestado entienda la importancia de los datos que está proporcionando y cómo serán utilizados. Si un grupo cultural específico es incluido en la encuesta, es importante determinar cómo puede éste utilizar o acceder a la información recopilada. Esto es importante en todo el proceso de la encuesta, desde identificar la información necesaria y quiénes en las comunidades utilizarán el aporte de los datos, mediante la garantía de que las aportaciones puedan ser accesibles y comprensibles. Dependiendo de la situación, esto puede significar simplemente la promoción o traducción a otras lenguas, mediante la personalización de las aportaciones y la entrega de la información. Esto último puede ser necesario cuando las personas entrevistadas viven en comunidades remotas que podrían no tener acceso a la tecnología requerida para ver las aportaciones difundidas electrónicamente, o donde los niveles de alfabetización puedan restringir el uso de aportaciones estadísticas más sofisticadas. Los datos arrojados por la encuesta deben ser significativos y visibles para las comunidades que han contribuido en su recopilación. La comunicación de los propósitos de la encuesta puede ser benéfico tanto para una encuesta en desarrollo actual como para ser una buena inversión para las agencias que buscan ganar la confianza y la cooperación de los grupos culturales y las comunidades en futuras encuestas.

586. Consultar a las comunidades a ser encuestadas es esencial para ganar el apoyo a los esfuerzos de la encuesta — particularmente si se puede obtener la aprobación de los líderes de la comunidad. Las personas con un profundo conocimiento del grupo cultural de interés podrán proporcionar su experiencia en relación al contenido de la encuesta. En algunas culturas, puede no estar permitido discutir ciertos temas a fondo (particularmente si son delicados, como la violencia doméstica o los delitos sexuales), o quizá haya restricciones sobre quién pueda responder a ciertas preguntas. En algunos casos, por ejemplo, un jefe de familia puede desear representar las opiniones de toda la casa, o puede haber reticencia a permitir que algunos miembros de la familia hablen de manera independiente. Puede ser necesario diseñar algunos de estos factores en el instrumento de encuesta y las instrucciones para los entrevistadores o, de otra forma, tratar de que los encuestados se sientan cómodos al participar en la encuesta.

587. Otros posibles puntos metodológicos pueden también ser adelantados mediante la consulta y el enlace con la comunidad. El acceso a grupos culturales o comunidades que no viven en regímenes o entornos generales puede ser un desafío para los representantes de las agencias estadísticas conductoras de la recopilación de datos. El establecimiento de puntos de enlace con la comunidad de contacto puede proporcionar invaluable información sobre las mejores formas de aproximarse a las personas de diferentes grupos culturales y coadyuvar al acceso. Esto puede representar un particular desafío al conducir las entrevistas o tratar de llenar los cuestionarios en ubicaciones geográficas remotas o donde el idioma o los niveles de alfabetización pueden ser variables. El empleo de personas de diferentes grupos culturales como personal de la encuesta puede ser una vía para ganar el apoyo y la confianza de las diferentes comunidades — particularmente si las entrevistas cara a cara son parte de la metodología de la encuesta. Sin embargo, también puede haber desventajas en esto si tanto el encuestado como el entrevistador son de un mismo y relativamente pequeño grupo. Esto puede llevar al encuestado al temor de la pérdida de anonimato o a la presión de ofrecer respuestas (por ejemplo, respecto a sus actividades) que sean más deseables socialmente en su cultura. Las diferentes culturas pueden tener diferentes normas de etiqueta, de cómo sentarse, tocar, hacer contacto visual y establecer comunicación entre hombres y mujeres. Los facilitadores o las personas con el origen cultural de interés pueden ser capaces de apoyar a los representantes de las agencias de estadística a superar estas posibles barreras culturales.

588. En ocasiones, puede haber poca confianza entre diferentes grupos culturales, y las personas de algunos grupos étnicos pueden tener una desconfianza intrínseca hacia los gobiernos o la burocracia con base en experiencias personales o históricas previas. Dependiendo del grupo involucrado, esto podría incluir historias de guerra, despojos, robo de niños, acoso policial, encarcelamientos, etc. La desconfianza también puede encontrarse en países que no tengan tales historias, pero las actitudes de los encuestados hacia los funcionarios podrían estar basadas en experiencias anteriores en otros países. Es vital que un organismo que pueda ser identificado con dichas actividades históricas o como parte de un “gobierno” sea consciente de estas posibilidades y trate de ganar la confianza de los grupos involucrados. Al igual que con las cuestiones planteadas anteriormente, esto se realiza mejor a través de discusiones con los líderes de la comunidad y con un enfoque cuidadoso y considerado de la comunicación y la exposición.

589. El proveedor de la carga puede resultar un problema para un organismo de estadística que lleve a cabo encuestas que estén particularmente enfocadas en un grupo cultural o étnico más pequeño (par-

ticularmente un programa de encuesta que se extienda más allá de las encuestas de victimización delictiva). Existen dos elementos principales para el proveedor de la carga: cuando una pequeña comunidad es muestreada en repetidas ocasiones para diferentes propósitos y cuando una encuesta implica un largo periodo de tiempo al encuestado para responder.

590. A fin de obtener estimaciones estadísticas confiables en los niveles más bajos de disgregación o geografía, puede ser necesario tomar muestras de una gran parte de un subgrupo de la población. Si este fuera el caso, se debe considerar el equilibrio entre las necesidades y los beneficios de la información y del poner una carga indebida sobre los encuestados. La carga indebida puede ser una forma de erosionar la cooperación entre un organismo de estadística y un grupo en particular — especialmente si hay muchas diferencias culturales, y el organismo está en el proceso de construcción de una relación de confianza de una fuerte red de enlace.

591. Normalmente, a medida que la extensión de la entrevista crece, los encuestados se cansan, y en algunos casos pueden empezar a dar respuestas que sean menos precisas o que sientan que puedan finalizar la entrevista más rápidamente. Si los datos son recopilados mediante entrevistadores, las entrevistas largas pueden provocar que se quieran “tomar atajos”, especialmente si éstos notan que el encuestado se está fatigando. Adicionalmente, puede existir la tentación de realizar encuestas largas con personas de grupos difíciles de muestrear o de alcanzar, pero esto puede llevar a la pérdida de cooperación y a que las personas respondan de cierta manera, únicamente para finalizar la entrevista más rápidamente.

592. Los grupos culturales diferentes pueden responder de manera distinta a las metodologías contrastantes, y algunas investigaciones deberán llevarse a cabo para determinar si esto podría o no ser un problema en una situación particular de encuesta. Por ejemplo, una entrevista con guión puede no ser eficaz con todos los grupos culturales — en algunos casos, otras técnicas pueden ser más apropiadas para obtener los datos. En algunas áreas culturales más remotas o tradicionales, los cuestionarios escritos pueden no ser tan exitosos, y puede haber diferentes niveles de apoyo para entrevistas telefónicas o cara a cara.

593. En los casos en que hay grandes diferencias entre los grupos culturales a ser incluidos en la encuesta, el contenido y los cuestionarios pueden también requerir ser adaptados para permitir diferentes interpretaciones de conceptos o formas de pensar sobre el mundo. Por ejemplo, puede haber diferentes conceptos de tiempo empleado, y preguntas sobre eventos ocurridos en los últimos seis meses puede no ser relevante. Sin embargo, si hay un evento significativo conocido dentro de una comunidad en particular, que haya sucedido cerca del periodo de referencia, éste podría ser un sustituto más eficaz. Por ejemplo, ‘Desde las Pascuas, ¿ha ocurrido lo siguiente...?’

Tabla 13: Desafíos y posibles enfoques

Desafíos que pueden generarse	Posibles enfoques
barreras de comunicación asuntos culturales delicados desconfianza hacia organismos gubernamentales encuestados reticentes para participar dificultades conceptuales altos costos	mayor conciencia cultural consulta con las comunidades/organizaciones pertinentes involucrar a la gente de los grupos culturales de interés modificación de las preguntas de la encuesta manejo de la carga al encuestado pruebas extensas y refinamiento de estrategias de encuesta

D. Pruebas previas y encuesta piloto

594. Esta sección aborda metodologías cualitativas utilizadas en el análisis de la viabilidad de la encuesta y las pruebas previas. El cuestionario es tanto una herramienta de medición como de comunicación y por esta razón debe ser probado previamente. La idoneidad del instrumento necesita ser evaluada, tanto con un enfoque en la facilidad de comprensión del cuestionario por parte de los encuestados como en el manejo de éste por los entrevistadores.

595. Al evaluar un cuestionario, muchas herramientas metodológicas cualitativas pueden ser utilizadas. Esto incluye grupos de enfoque, reuniones presenciales, pruebas previas del cuestionario, observación

no participante, encuesta piloto. Los hallazgos de estas tareas serán utilizados para elaborar y refinar el instrumento hasta que se llegue a la creación del cuestionario final.

Grupos de enfoque

596. Los métodos cualitativos tales como los grupos de enfoque pueden ser utilizados en el análisis explorativo para aclarar los objetivos del estudio, refinar el tema principal y adquirir mayor conocimiento sobre el tema de interés. Los métodos como el enfoque de grupos son también útiles cuando un cuestionario preliminar está disponible y se quiere participar en la prueba previa del instrumento.

597. Generalmente, los grupos de enfoque son conducidos utilizando un grupo homogéneo. Por ejemplo, al estudiar la violencia contra la mujer los participantes de un grupo de enfoque podrían ser operadores y víctimas. Este tipo de situaciones permite al investigador enfocarse en un elemento en particular del tema de investigación. Por ejemplo, se puede ser capaz de ganar penetración en los aspectos psicológicos de la victimización. También en el caso de una encuesta de la población en general, los grupos de enfoque de encuestados, jóvenes o ancianos, o pertenecientes a una minoría, pueden ayudar a determinar cualquier diferencia en cómo los diversos grupos encuestados enfocan el tema de la encuesta.

598. Con base en la retroalimentación de las discusiones de los grupos de enfoque, los instrumentos de la encuesta y las preguntas pueden ser refinados para una mejor obtención de la información deseada y para reducir la confusión de los encuestados.

Revisión de expertos

599. La revisión de los expertos es una herramienta muy importante disponible en todos los diseños de encuestas. Esta técnica sugiere que se dé un borrador del instrumento a gente experta en el campo para su revisión y comentarios. Además del instrumento, se debe dar a los expertos un documento que subraye los objetivos del estudio, los recursos disponibles y la técnica de entrevista que será utilizada. El documento también debe indicar cualquier parte del instrumento que haya resultado especialmente difícil. Se pide a cada experto que redacte su revisión incorporando todas las sugerencias y críticas al cuestionario. A partir de estas revisiones, el cuestionario debe ser modificado. Este es un método económico para mejorar cualquier cuestionario; además, se puede repetir durante la fase del diseño para garantizar el mejor instrumento posible.

Pruebas alternativas

600. Las pruebas alternativas son una opción que consiste en verificar dos versiones del cuestionario a partir de dos muestras equilibradas. Las dos versiones del cuestionario difieren ya sea en la redacción de las preguntas, la técnica de entrevista, la secuencia de preguntas o los periodos temporales de referencia. Bien llevados a cabo, los resultados de las pruebas pueden ser analizados para ayudar a los investigadores a seleccionar el mejor enfoque para el fenómeno (p.ej. la redacción de las preguntas, el periodo de referencia) de interés.

Pruebas cognitivas

601. Las pruebas cognitivas son esenciales para desarrollar cuestionarios. Las pruebas cognitivas tienen varios objetivos. Primero, una prueba cognitiva puede evaluar si los encuestados comprenden la pregunta tal como los diseñadores la plantearon. Segundo, la prueba cognitiva puede determinar si algunas preguntas en particular son demasiado difíciles o si son claras para el encuestado. Tercero, las pruebas cognitivas ayudan a revelar si ciertos temas son demasiado delicados o incómodos, dando lugar al rechazo del encuestado. Y finalmente, las pruebas cognitivas pueden ilustrar el grado de interés de los encuestados sobre el tema y si éste es demasiado extenso.

602. Los métodos de pruebas cognitivas incluyen diversos enfoques. Primero, se puede simplemente observar a los encuestados completar el cuestionario. Segundo, un entrevistador alienta al encuestado a “pensar en voz alta” mientras responde las preguntas. Los encuestados son alentados a comentar las preguntas y explicar cómo seleccionaron la respuesta final. Tercero, los entrevistadores pueden sondear verbalmente al encuestado, esto luego de que el encuestado responda las preguntas, cuando el entrevistador pregunte por otra información específica relacionada a la pregunta o a la respuesta. Y finalmente, las pruebas cognitivas pueden involucrar el uso de grupos de enfoque. Esta es la discusión informal de un tema seleccionado por los participantes elegidos de una población de interés.

603. Los entrevistadores cognitivos especialmente capacitados generalmente conducen entrevistas cognitivas a una muestra pequeña de voluntarios. El procedimiento de entrevista cognitiva ‘genérica’ es llevado a cabo en una modalidad cara a cara, dentro de un ambiente de laboratorio cognitivo. Las entrevistas en persona son preferibles porque permiten la observación de señales no verbales y proporcionan un tipo de intercambio más natural entre el sujeto y el entrevistador del que es posible a través del teléfono.

604. También es posible conducir entrevistas de prueba cognitiva por teléfono. Las entrevistas telefónicas pueden ser útiles para diversos propósitos específicos. Por ejemplo, si los encuestados son personas de edad avanzada o con discapacidad y están impedidos para trasladarse al lugar de la entrevista, una prueba telefónica es apropiada. Una prueba cognitiva telefónica también es apropiada cuando el cuestionario está destinado a una aplicación telefónica a futuro.

605. Las pruebas cognitivas pueden ser útiles para pruebas de aspectos específicos del cuestionario o incluso la metodología de la encuesta. Por ejemplo, puede ser necesario determinar si se permiten entrevistas indirectas. O se puede probar el valor de las preguntas de investigación o el periodo de referencia.

Pruebas previas

606. Es fundamental que un cuestionario sea probado previamente. Las pruebas previas verifican el valor del texto, el contexto de las preguntas, la claridad de las instrucciones y la facilidad de aplicación del instrumento. En esta etapa, la meta no es delinear una muestra representativa de la población objetivo, sino garantizar que el instrumento sea probado en diferentes condiciones difíciles para subrayar su confiabilidad.

607. En países caracterizados por amplias diferencias geográficas, sociales y culturales, las unidades de muestra deben delimitarse a través de estas áreas y a través de las divisiones sociales y culturales. Los entrevistadores de la prueba previa deben ser particularmente capaces de ayudar a identificar las áreas problemáticas del cuestionario o de la entrevista. Las preguntas en que los entrevistadores deben enfocarse con respecto al instrumento incluyen:

- La exhaustividad del cuestionario sobre la información que debe ser recogida;
- Determinar si el cuestionario (ya sea en papel o electrónico) es una herramienta fácil de ser aplicada por el entrevistador (en términos de tiempo, instrucciones, patrones y filtros, secuencia);
- Cómo es percibido el cuestionario por los encuestados (si se irritan o se cansan, especialmente en alguna parte específica del cuestionario);
- El contexto y sus efectos — ¿las respuestas de los encuestados están siendo influidas por algo? ¿Están más dispuestos a estar de acuerdo que en desacuerdo?
- Atención especial a los asuntos delicados;
- Dificultad para recordar incidentes, y para ahondar en ellos;
- Claridad del cuestionario;
- Si las preguntas son pertinentes, correctas y exhaustivas;
- Si la codificación de las respuestas es correcta;
- ¿Cómo filtrar preguntas y realizar el patrón de salto;
- La eficacia de la forma gráfica del cuestionario;
- Si la técnica de entrevista se ajusta al tema de interés.

608. Es recomendable que se dé a los entrevistadores una lista detallada de los aspectos del cuestionario a ser probados, y que la retroalimentación de los entrevistadores sea registrada (p.ej. utilizando un cuestionario por separado que los entrevistadores llenen después de la entrevista) y analizada. Además, es aconsejable que los investigadores responsables de la encuesta también lleven a cabo algunas entrevistas. Este es un medio excelente para probar la idoneidad del instrumento.

609. Con base en las aportaciones de las pruebas previas, el encargado de la encuesta puede hacer los cambios necesarios al instrumento o a la metodología. Si son necesarios muchos cambios, algunos pasos de la prueba tendrían que ser repetidos hasta que la versión final del cuestionario sea generada.

La encuesta piloto

610. La encuesta piloto es una herramienta útil para preparar y verificar la metodología de encuesta seleccionada. Una encuesta piloto es aquella que reproduce todas las fases de la encuesta en un número

pequeño de unidades de encuesta o encuestados. No es importante que las unidades de muestra o los encuestados sean representativos de la población general de interés. Más bien, es importante que representen las diversas formas en que los encuestados serán contactados para que puedan revelar cualquier dificultad que pueda surgir durante la encuesta real. Por ejemplo, el estudio piloto incluirá segmentos de una población que se prevé problemática en cuanto al contacto o la entrevista (por ejemplo, los grupos minoritarios).

611. Una encuesta piloto es mucho más compleja que una prueba previa. Una prueba previa se enfoca más en el cuestionario. En contraste, el estudio piloto enfrenta al estudio en su totalidad, desde el principio hasta el final. Los encuestados son seleccionados y las entrevistas son aplicadas. A partir de aquí, los aspectos del estudio son verificados. Los aspectos verificados incluyen:

- ¿Cuáles fueron los índices de respuesta?
- ¿El elemento sin-respuesta fue alto?
- ¿La entrevista duró lo que se había previsto?
- ¿Los patrones de salto funcionaron como debían?
- ¿La estructura del cuestionario fue apropiada?
- ¿Cuántos contactos con el encuestado fueron necesarios para realmente completar la entrevista?

612. Los aspectos relacionados con los entrevistadores también son verificados durante un estudio piloto. Los elementos de los entrevistadores a ser verificados incluyen:

- ¿Los entrevistadores y los encuestados desarrollaron una relación adecuada?
- ¿Cuántos días fueron requeridos para la capacitación teórica y práctica de los entrevistadores?
- ¿Que implicó la capacitación?
- ¿Qué materiales fueron necesarios para capacitar a los entrevistadores?
- ¿Qué reveló la evaluación de la capacitación?

613. El flujo de información fue también investigado durante el estudio piloto.

- ¿Cómo se realizó la selección de direcciones?
- ¿Qué implicó la sustitución de direcciones?
- ¿Cómo respondieron los jefes de familia a las cartas de presentación y a los contactos telefónicos?

614. Y finalmente, el estudio piloto aborda los datos:

- ¿Qué problemas fueron encontrados al registrar los datos?
- ¿Hubo problemas para producir y leer los archivos de datos?
- ¿Los entrevistadores eran capaces de descargar los datos electrónicamente?

615. A fin de abordar estas y otras cuestiones importantes generadas durante el estudio piloto, es importante que las opiniones de todos los miembros del equipo de encuesta sean consideradas. Por ejemplo, los conductores de las entrevistas tienen gran penetración en la elaboración del cuestionario y las opiniones de los encuestados acerca de la encuesta. Obviamente, mantener una buena relación mediante la comunicación abierta con los entrevistadores es vital. Un método para recoger la información de los entrevistadores es a través de una reunión. Estas juntas cara a cara son útiles para las lluvias de ideas y la rendición de informes. Durante estas reuniones, elementos tales como los siguientes pueden ser discutidos:

- ¿Los encuestados tienen dificultades para comprender algunas preguntas? ¿Necesitan aclaraciones?
- ¿Los encuestados muestran reticencia para responder algunas preguntas? ¿Por qué? ¿Qué dijo usted a los encuestados para alentarlos a contestar? ¿Cuáles fueron los resultados de sus apuntes?
- ¿Encontró usted preguntas redundantes aparentemente inútiles o irrelevantes?

616. Cuando los entrevistadores están ubicados a través de regiones geográficas o cuando no es posible programar una junta que reúna a todos los entrevistadores, se recomienda que tengan otra vía de comunicación tan rápido y eficazmente como sea posible (correos, chat/foros, teléfono). Otra opción es seleccionar a algunos entrevistadores para participar en un grupo de enfoque para profundizar en áreas particulares de interés.

617. Asimismo, los supervisores también tienen una función importante. Ellos ofrecen una visión más amplia acerca de lo que está sucediendo durante el cuestionario y la aplicación de la entrevista. En las

entrevistas telefónicas, cuando los entrevistadores están reunidos en una instalación centralizada, los supervisores pueden escuchar a los entrevistadores durante la entrevista (de acuerdo a las leyes que definen las características del trabajo) para obtener una mejor idea de qué está sucediendo durante el proceso.

618. Independientemente de la fuente, todos los pensamientos y comentarios acerca del estudio deberán ser remitidos al jefe del estudio para su revisión. Una evaluación de estos comentarios determinará si es necesario hacer cambios adicionales en puntos específicos del proceso de la encuesta. En general, los pequeños cambios realizados no requieren de una nueva ola de la encuesta piloto. Sin embargo, si los cambios son significativos, es recomendable llevar a cabo un segundo estudio piloto. Todos los problemas corregidos durante la fase del estudio piloto minimizan los futuros problemas durante la encuesta real.

E. Resumen

619. En esta sección se han puesto de relieve las opciones a ser elegidas cuando se diseña un cuestionario de encuesta de victimización. A veces estas son claras y evidentes, otras veces, en lugar de ello, hay múltiples opciones posibles, cada una de ellas presenta ventajas y desventajas.

620. Las opciones dependen de los objetivos principales de la encuesta; esto significa, por ejemplo, que es muy importante, desde un principio, decidir qué datos quieren difundir los investigadores: si los datos principales serán sólo de delincuencia o sólo de temor, entonces la prioridad estará en uno de estos aspectos; si se quiere estudiar a ambos, se debe decidir el balance entre los dos temas (cuánta información, la secuencia...).

621. Las opciones también dependen de los tipos de indicadores a ser entregados y de cómo están estructuradas. Estos importantes aspectos deben ser considerados mientras se planea un cuestionario: qué variables se necesitan y la forma correcta de recogerlas a fin de procesar los indicadores significativos. Por ejemplo, el índice de incidencia delictiva puede ser fácilmente calculado considerando el número de veces que los incidentes ocurrieron en el periodo de referencia, pero éste no es el valor idóneo para cada delito. De hecho, para delitos violentos tales como asaltos o violencia doméstica reiterada, algunos autores (Rand y Renisson 2005) han mostrado que el número de veces se ve afectado por la capacidad de la víctima para recordar, y por lo tanto, es más una estimación que un número preciso.

622. Las consideraciones anteriores son sólo ejemplos de la complejidad derivada al encarar el diseño del cuestionario. Cada opción tiene un efecto diferente en los resultados y sólo una evaluación a profundidad en cada paso puede garantizar la calidad de la encuesta.

F. Referencias

- Bizier, V., Kaddatz, J., & Laroche, D. (2004). 'Methodological Challenges in a Survey on the Ethnic and Cultural Diversity of the Canadian Population'. *Symposium 2004: Innovative Methods for Surveying Difficult-to-reach Populations*. Catalogue no. 11-522-XIE. Ottawa: Statistics Canada.
- Cacciola, S. and Marradi, A. (1988). 'Contributo al dibattito sulle scale Likert basate sull'analisi di interviste registrate', in Marradi A. (a cura di), *Costruire il dato*, Franco Angeli, Milano, pp. 63-102.
- Galtung, J. (1967). *Theory and Methods of Social Research*, Allen & Unwin, London.
- Guidicini, P. (1995). *Questionari Interviste Storie di vita. Come costruire gli strumenti, raccogliere le informazioni ed elaborare i dati*, Franco Angeli, Milano.
- Hope, S. (2005). *Scottish Crime and Victimization Survey – Calibration exercise: a comparison of survey methodologies*, Research report for The Scottish Executive, MORI Scotland. <http://www.scotland.gov.uk/Resource/Doc/47121/0020932.pdf>.
- Johnson, H., Ollus, N. and Nevala, S. (2007). *Violence Against Women*, Springer-Verlag New York Inc.
- Likert, R. (1932). 'A Technique for the Measurement of Attitudes', *Archives of Psychology*, Vol. 22, No.140.
- Marradi, A., and Gasperoni, G. (2002). *Costruire il Dato 3: Le scale Likert*, Franco Angeli, Milano.

Morton-Williams, J. and W. Sykes (1984). 'The Use of Interaction Coding and Follow-up Interviews to Investigate Comprehension of Survey Questions', *Journal of Market Research Society*, 26, 109-127.

Muratore, M.G., Tagliacozzo, G., and Federici, A. (eds.) (2004), *La sicurezza dei cittadini. Reati, vittime, percezione della sicurezza e sistemi di protezione*, Istat, Informazioni n. 26, Roma.

Pitrone, M.C. (1986). *Il Sondaggio*, Franco Angeli, Milano.

Rand, M. R. and Rennison, C. M.. (2005). 'Bigger is not necessarily better: an Analysis of Violence Against Women Estimates from the National Crime Victimization Survey and the National Violence Against Women Survey', *Journal of Quantitative Criminology*, Vol.21, N.3, September.

Tjaden, P. and Thoennes, N. (2000). *Extent, Nature, and Consequences of Intimate Partner Violence*, National Institute of Justice and the Centers for Disease Control and Prevention, July.

U.S. Department of Justice (1989), *Redesign of the National Crime Survey*, NCJ-111457, February.

U.S. Department of Justice (2005), *Trend in property crime victimizations, 1973 – 2001*, Bureau of Justice Statistics Bureau of Justice Statistics, www.ojp.usdoj.gov/bjs/.

U.S. Department of Justice (2005), *Trend in violent victimizations, 1973 – 2001*, Bureau of Justice Statistics, www.ojp.usdoj.gov/bjs/.

CAPÍTULO VI. ENTREVISTA

623. El capítulo VI del Manual aborda cuestiones asociadas con la conducción de entrevistas, incluyendo la falta de respuestas, el uso de encuestados interpuestos, la capacitación de los entrevistadores y el control de calidad a través del proceso de entrevista.

A. La falta de respuesta y el error asociado con el encuestado

Falta de respuesta

624. Llevar al mínimo la falta de respuesta, un tipo de error no muestral, es una meta importante de toda encuesta. Al minimizar la falta de respuesta, la calidad de los datos se maximiza. Es imperativo que la muestra entrevistada esté lo más cerca posible de la muestra teórica para garantizar que sea lo más representativa posible de la población total. Afortunadamente, hay estrategias específicas que pueden ser aplicadas para llevar al mínimo la falta de respuestas.

625. Hay dos formas principales de falta de respuesta: falta de respuesta total y falta de respuesta parcial. La falta de respuesta total ocurre cuando la entrevista de la unidad de muestra (ya sea individual o familiar) no es llevada a cabo. Esto puede ocurrir por diversas razones, entre ellas, que la unidad de la muestra no puede participar, se niega a participar o no puede ser contactada.

626. La falta de respuesta parcial se produce cuando el instrumento de encuesta o el cuestionario está completado sólo parcialmente. Esto puede ocurrir cuando algunas preguntas, o incluso secciones enteras, son omitidas o ignoradas. En general, la falta de respuesta parcial ocurre más a menudo en encuestas cara a cara. En entrevistas asistidas por computadora, el elemento sin responder es menos común, ya que el sistema no permite al encuestado continuar con el instrumento hasta que el campo sea llenado, y en caso de que algún elemento necesite ser saltado no depende del encuestado encontrar la siguiente pregunta, ya que el sistema puede ser programado para hacerlo automáticamente. Las razones para los elementos sin responder varían y pueden derivarse de que el encuestado sienta que son personales o demasiado delicados (p.ej. ingresos), de que el cuestionario sea demasiado extenso y produzca fatiga, un patrón de salto confuso o una simple falta de atención por parte del entrevistador o del encuestado.

RECUADRO 52: RAZONES DE LA NEGATIVA

La forma principal de falta de respuesta en la investigación de la encuesta se deriva negaciones y faltas de contacto. La negativa puede ser por falta de interés en el tema de la encuesta, la falta de tiempo, desconfianza en el propósito de la encuesta, dudas respecto al anonimato o confidencialidad, razones familiares y barreras lingüísticas. Aparte de la negativa del encuestado, las razones para una total falta de respuesta (o falta de contacto) son: nadie en casa, los encuestados nunca fueron contactados, y/o la unidad de muestra no es elegible.

627. Para minimizar la falta de respuesta total o parcial, se recomiendan diversas estrategias. Las estrategias principales incluyen el uso de cartas de introducción, el momento del primer contacto y la provisión de un número telefónico gratuito. Estos temas están detallados más adelante.

Minimizar la falta de respuesta

El uso de cartas introductorias

628. Una carta introductoria al jefe de familia o a la persona muestreada es una vía efectiva para reducir la falta de respuesta. En el caso de una entrevista telefónica (la Encuesta Italiana de Seguridad Ciudadana 1997-98 y 2002), cuando las cartas introductorias no son recibidas por el encuestado, las negativas van de un 30 % a un 35 %. En contraste, cuando se reciben, las negativas caen hasta un 5 % y 10 %.

629. Una carta introductoria debe contener diversos elementos. Primero, la carta debe tener una apariencia profesional, incluir el logotipo del organismo encuestador y estar firmada por el presidente, director o algún otro funcionario de alto rango. En algunas sociedades, puede haber ventajas al enviar las cartas de parte del director del organismo nacional de estadística, más que de un político o funcionario de gobierno, para así remarcar la independencia de la encuesta. Cuando la encuesta es manejada o conducida por múltiples organizaciones (p.ej. el instituto nacional de estadística y otras oficinas públicas territoriales administrativas), la carta introductoria debe ser firmada por un funcionario de cada organización, si es posible. Además, al involucrar las agencias a nivel local se puede obtener una mayor cooperación de los encuestados.

630. La carta introductoria también debe incluir una descripción del propósito general de la encuesta así como del instituto que la lleva a cabo o del organismo que promueve la investigación. La carta debe informar a los encuestados sobre las motivaciones y metas del proyecto, proporcionar una explicación sobre cómo fueron seleccionados los encuestados y las razones por las cuales su cooperación es de vital importancia. En cuanto al contenido de la entrevista, puede ser mejor evitar temas delicados o temas que puedan generar ansiedad o preocupación en los miembros de la familia, por ejemplo, preguntas sobre asaltos y violencia sexual. Este enfoque es esencial en las Encuestas sobre Violencia contra la Mujer, para no alertar un posible perpetrador de violencia doméstica y no atemorizar a una posible víctima de violencia. Es aconsejable mencionar genéricamente que el tema de la encuesta es, por ejemplo, la protección y seguridad de los ciudadanos, y mencionar ejemplos de preguntas sobre delitos menos delicados, por ejemplo, el hurto de carteristas o el robo de autos.

631. La carta debe también tranquilizar a los encuestados acerca de la seriedad del proyecto, la privacidad de sus respuestas y qué trato se dará a su información y sus datos. Esto incluye quién procesará sus datos, la posibilidad de acceso y modificación de sus propios datos personales y la garantía sobre el uso seguro para proteger los datos. La carta también debe indicar cómo se espera que los encuestados participen. Independientemente de la modalidad, los encuestados deben saber los días y los horarios en los que la entrevista podría ser llevada a cabo y el tiempo de duración esperado.

RECUADRO 53: CONTENIDO DE LA CARTA INTRODUCTORIA

A pesar de que una carta introductoria no debe de exceder de una página, ésta debe contener toda la información esencial. A continuación se ofrece un resumen del contenido de una carta introductoria:

- El logotipo del organismo o instituto patrocinador
- La identificación de la organización conductora de la encuesta
- Los propósitos principales de la encuesta
- La modalidad, fechas y horarios de la entrevista
- Información sobre el compromiso de responder y la protección de los datos privados y personales
- Un número telefónico gratuito con el horario de atención para mayor información
- Los números telefónicos de los organismos y las instituciones involucradas en la encuesta
- El agradecimiento por la participación
- La firma del presidente del instituto

632. Es importante que los encuestados seleccionados lean y recuerden la carta introductoria. Esto quiere decir: estimular dicha lectura y retención, haciendo la carta interesante mediante gráficos, énfasis de los puntos importantes (con subrayados y diferentes tipografías) y utilizando color en el logo.

633. En algunos casos, la carta se dirige a la familia en general, pero es importante que cada miembro la lea. Para alentar esto, se recomienda dar instrucciones para poner la carta en un lugar de la casa donde todos puedan verla. Generalmente, sin embargo, las cartas dirigidas a una persona en particular tienen más probabilidades de ser leídas que las enviadas sin nombre de destinatario (es decir, 'a quien corresponda').

634. En algunos casos, podría no estar claro qué idioma se habla en la familia. Si es posible, se deben enviar múltiples cartas (una por cada idioma) a la familia. Esto garantizará que la carta sea entendida e incrementará las posibilidades de que los encuestados participen en la encuesta.

(i) Envíos

635. Una vez completada, la carta introductoria deberá ser enviada a la familia seleccionada. Una consideración importante en este paso es asegurar que el tiempo transcurrido entre la recepción de la carta y el primer contacto del entrevistador no sea muy largo. Cuanto más tiempo pase, más probable será que el encuestado haya olvidado el contenido de la carta. Se sugiere que el contacto del entrevistador se lleve a cabo en no más de una semana a diez días luego de la recepción de la carta. Para facilitar esto, el envío de las cartas introductorias debe ser realizado por etapas. El número de cartas enviadas en cada lote de envío estará basado en diversas consideraciones como 'el horario de actividades' de las familias:

- Extensión de la entrevista;
- Número de entrevistadores disponibles;
- Fechas y horarios en que se conducirán las entrevistas

636. Una estimación inicial del número de direcciones que están ‘próximas’ cada día (es decir, entrevistas completas) es esencial para calendarizar los envíos. Para verificar el tiempo que se lleva entre el envío y la recepción, se sugieren envíos de prueba. Se pueden enviar cartas a los miembros del personal de la encuesta u otras personas no incluidas en la muestra para determinar el tiempo que toma la carta en llegar. Con esta simple prueba, es posible verificar el tiempo transcurrido entre los envíos, la recepción y el contacto para las entrevistas.

637. Para alentar aún más al encuestado a participar en el proceso de entrevista, se puede optar por enviar la carta dos veces: la primera unos diez días antes de la entrevista, y la segunda unos cuantos días antes. Sin embargo, la investigación no demuestra claramente que el índice de respuesta incrementa con los envíos dobles. Por lo tanto, podría no ser viable el costo adicional de hacer esto. En algunas encuestas, se ha telefoneado a las familias con anticipación para recordarles la proximidad de la entrevista, pero esta táctica ha sido asociada con índices más altos de negativas.

(ii) Número telefónico gratuito

638. La estrategia conjunta de una carta introductoria y un número telefónico gratuito para información ofrece un incremento sustancial en el índice de respuesta. Poner a disposición un número telefónico gratuito permite a los individuos contactar — antes, durante o luego de la entrevista — a la institución que lleva a cabo la encuesta, para mayor información y/o confirmar su participación. El número telefónico ya debe estar funcionando cuando se hayan hecho los envíos. Es fundamental que el personal a cargo de la atención telefónica esté altamente capacitado sobre los objetivos, el contenido y la motivación de la encuesta. Además, debe tener habilidades para comunicarse y escuchar. Asimismo, las reglas señaladas previamente respecto al contenido de la carta, deben aplicarse al número telefónico gratuito: es importante que al hablar con los interlocutores no se toquen explícitamente las cuestiones delicadas, a menos que la llamada haya sido hecha expresamente para ello, en caso de que una persona llame luego de ser entrevistada o si la entrevista fue interrumpida temporalmente.

639. El personal a cargo del número telefónico gratuito debe registrar la cantidad y calidad de las llamadas. ¿Cuántas llamadas fueron atendidas? ¿Cuáles fueron las preguntas de los encuestados que fueron llamados? ¿Cuáles fueron las dudas, preocupaciones o quejas expresadas? La información obtenida por esta vía es de vital importancia y puede ser registrada en un formato estructurado en una hoja de papel. En esta hoja, el personal registrará las motivaciones de quien llama, su perfil (p.ej. sexo, edad, nivel de educación, región), así como su opinión sobre cómo finalizó la llamada y su disposición a ser entrevistado.

640. Los encuestados potenciales llaman por diversas razones. Éstas incluyen:

- Determinar la seriedad de la encuesta;
- Recoger información general sobre los propósitos de la encuesta;
- Determinar qué obligación tienen de participar;
- Determinar las consecuencias de negarse a participar;
- Comunicar un cambio de dirección o un periodo de ausencia;
- Ofrecer un horario en el que estarán disponibles;
- Proporcionar un número telefónico actualizado;
- Solicitar una fecha para la encuesta;
- Comunicar el fallecimiento de la persona a la que se ha dirigido la carta introductoria.

641. Monitorizar diariamente la información recogida en el número telefónico gratuito permite detectar situaciones que pudieran comprometer posteriormente la calidad de la encuesta. Por ejemplo, un evento actual relacionado con delincuencia reportada en los medios puede influir en la opinión pública y cambiar el deseo de los individuos de participar en la encuesta. Dichos casos pueden ser señalados por las llamadas de los ciudadanos.

642. Aparte de un número telefónico gratuito, se recomienda que un segundo número telefónico (no gratuito) sea incluido en la carta. A veces, los encuestados suspicaces piensan que los números gratuitos pueden ser una herramienta para enmascarar organizaciones fraudulentas que intentan recoger datos personales. Un segundo número fácilmente relacionado con el organismo o la organización que lleva a cabo la encuesta comprobará a dichos individuos que ésta es legítima e importante.

Contactar a la unidad de muestra

643. Las cartas introductorias y la activación de un número gratuito son los pasos para llevar al mínimo la falta de respuesta. Se espera que estos pasos permitan la exitosa finalización de una entrevista cuando se haga el primer contacto con el encuestado.

644. El campo de la experiencia muestra que una gran proporción de entrevistas se obtiene y se completa durante el primer contacto. Además, un gran porcentaje de entrevistas se concluye después del segundo contacto. La finalización de una entrevista después de un segundo contacto se debe en gran medida a las diferencias en las técnicas de la encuesta. Por ejemplo, en una entrevista cara a cara, la familia puede ser contactada primero por teléfono para concertar una cita. Así, durante el segundo contacto la encuesta estará ya asegurada. Después de dos contactos, el porcentaje de entrevistas completadas decrece sustancialmente. Luego de un número específico de contactos, es más benéfico para la economía general de la encuesta abandonar el intento con esa familia.

645. Para evaluar el número máximo de contactos por encuestado, se debe hacer una evaluación costo-beneficio. Por una parte, es importante considerar el mantenimiento de la muestra tal como fue seleccionada. Pero por otro lado, se debe tomar en cuenta la pérdida de tiempo y costos del contacto con los encuestados que no responden. Para establecer reglas útiles y eficaces sobre cuando abandonar una unidad de muestra, es importante analizar las razones por las cuales una entrevista no fue completada en un solo contacto.

646. Una razón para la necesidad de hacer múltiples contactos puede ser el diseño de la muestra. ¿El entrevistador puede entrevistar a cualquier miembro de la familia muestreada (o del número telefónico)? ¿O debe identificar y localizar a un miembro en particular? Poder entrevistar a cualquier persona de la unidad dará un sesgo a la muestra ya que las personas más fáciles de encontrar en casa no son representativas de la población en general. Sin embargo, esta estrategia significa entrevistas más fáciles de obtener. Cuando la encuesta se realiza por teléfono, ¿suena el teléfono pero nadie contesta? ¿O el entrevistador hace contacto, pero no con el encuestado deseado? Comprender claramente las razones detrás de cada falla para completar una entrevista guiará el establecimiento de reglas para abandonar una unidad en particular.

647. Usualmente las reglas están estructuradas con base en el tipo de falta de contacto. Por ejemplo, ¿cómo proceder si nadie contesta el teléfono? Si la llamada no es contestada, se asume que no hay nadie en casa, por lo que se recomienda volver a llamar en otra ocasión. Si durante una llamada, la línea está ocupada, se asume que la persona está al teléfono, por lo que se recomienda llamar cinco o diez minutos después. Obviamente, no es posible definir a priori un número constante de llamadas telefónicas ya que éste depende del tipo de llamadas sin contacto.

648. Si se establece contacto con alguien, el enfoque puede diferir. La persona contactada puede declarar que no conoce a la familia, que el miembro requerido está gravemente enfermo o que ha fallecido. O bien, la persona contactada puede ser el objetivo deseado, pero rehúsa contestar; o comienza con la entrevista pero se detiene luego de un momento. El individuo contactado puede pedir una cita. De nuevo, es difícil definir a priori un número constante de contactos ya que las razones de las fallas para llevar a cabo la entrevista pueden variar.

649. Por la dificultad de establecer reglas a priori, generalmente siete o diez llamadas consecutivas en un periodo de tres días se consideran suficientes para abandonar al encuestado. Cuando no hay respuesta a las llamadas o contesta una máquina o entra un tono de fax, hay que reintentarlo después de un intervalo. En la encuesta italiana de victimización, se establecieron dos intervalos de tiempo para repetir la llamada: de 18:30 a 20:00 y de 21:01 a 21:30. En caso de número ocupado, hay que repetir la llamada cada cinco o diez minutos por siete veces consecutivas. Luego de una serie de siete señales de número ocupado, hay que llamar al día siguiente, a la misma hora en que la señal de número ocupado fue detectada.

Manejo de negativas

650. Dependiendo de la muestra, se pueden prever varios tipos de negativas. En caso de un diseño de muestra de fase única, la negativa sólo puede venir de la persona que contesta el teléfono, ésta se niega y evita que la familia sea entrevistada. En caso de un diseño de dos etapas, es necesario identificar y contactar un encuestado luego de haber extraído y contactado a la familia. La negativa en la primera etapa causará la exclusión de la familia entera. La negativa en la segunda etapa sólo implica al encuestado seleccionado. En pasadas entrevistas telefónicas de dos etapas, se ha encontrado un impacto

mucho más alto en la primera etapa que en la segunda, lo que significa que una vez que se ha conseguido la disposición del encuestado, la probabilidad de una negativa decrece significativamente.

651. Las estrategias para manejar las negativas dependen de la comprensión de sus causas. Los entrevistadores deben ser capacitados, antes del trabajo de campo, sobre los enfoques para tratar con diversos argumentos, incluyendo asuntos específicos de una encuesta de victimización (p.ej. el encuestado que dice 'Yo no he sido víctima de nada, pregúntele a otra persona').

652. No hay ningún enfoque único para manejar todas las negativas ya que toda situación es diferente. Sin embargo, se pueden establecer algunos lineamientos para ayudar a limitar el índice de negativas. Algunas negativas se derivan de las circunstancias y no de los individuos. En estos casos, es necesario hacer una cita para contactar a la persona en un momento más adecuado. Las negativas por falta de confianza, hostilidad o temor con respecto al uso dado a la información proporcionada requieren de una estrategia diferente. En estos casos, se debe tranquilizar al encuestado sobre la seguridad de sus datos y proporcionarle (nuevamente) el número telefónico gratuito. Las negativas con base en la idea del encuestado de que las encuestas son una pérdida de tiempo o que no tienen sentido deben manejarse de forma diferente. En estos casos, el valor de la encuesta debe enfatizarse, y se debe replantear al encuestado la importancia de su participación en una encuesta socialmente importante.

653. Al entrevistar minorías, los encuestados pueden optar por negarse por sentir que sus habilidades lingüísticas no son lo suficientemente buenas. En tales casos, se deben hacer arreglos para entrevistas en diferentes idiomas (p.ej. una cita con otro entrevistador). También puede haber razones culturales para no permitir al entrevistador la entrada al hogar para realizar la entrevista (p.ej. entrevistadores masculinos en familias donde hay presencia femenina). Las personas que han tenido malas experiencias con las autoridades (en casa o en el extranjero), pueden también ser precavidas en el trato con gente a la que perciben como funcionarios. Las festividades religiosas de algunos grupos minoritarios pueden dificultar la ejecución de la entrevista en esos periodos.

654. Las entrevistas conducidas vía telefónica conllevan consideraciones adicionales, ya que el primer contacto es vital para establecer una relación positiva con el encuestado. La presentación inicial del entrevistador debe construirse cuidadosamente. El uso apropiado del lenguaje, en el cuestionario y en el proceso de la entrevista, es vital para minimizar la falta de respuesta y el manejo de las negativas. Arreglar entrevistadores del mismo sexo que el entrevistado puede mitigar algunos obstáculos. El lenguaje debe ser adecuado a un país/cultura particular, y esto debe ser probado antes de llevar a cabo la encuesta. La experiencia demuestra la importancia de que el instituto investigador sea bien presentado y que se enfatice la información sobre la recopilación de datos que está en progreso. Es esencial referirse inmediatamente a la carta introductoria e informar al encuestado sobre el número telefónico gratuito.

655. Para seleccionar el momento ideal del día para llamar, hay que remitirse a los índices de negativas por horarios de llamadas en encuestas previas. También es importante poner atención al periodo del año. Incluso, se recomienda considerar el segmento de la población que debe ser entrevistado. Las personas jóvenes y las de edad avanzada se encuentran en casa en horarios diferentes. Usualmente, las entrevistas se realizan de lunes a viernes, por las tardes, (de 18.30 a 21.30) y los sábados (de 15.00 a 19.00) son más productivos.

656. Muchas de las actividades para prevenir la falta de respuestas se concentran en la fase del trabajo de campo. El propósito es controlar las actividades diariamente vía un conjunto de indicadores preestablecidos que permita hacer revisiones a las observaciones de las opciones metodológicas y para destacar la aparición de cualquier evento anormal. En las encuestas telefónicas, la construcción de un sistema preciso de indicadores tiene una importancia vital. Dicho sistema mantiene las negativas de las unidades de muestra bajo control durante la fase de recolección de datos. En particular, las razones que han causado la falta de respuesta: (falta de disponibilidad, rechazo, interrupción, etc.), el tipo de población involucrada (hombres, mujeres, gente joven o de edad avanzada, personas solteras en la familia o familias con multiplicidad de personas) y los efectos de los mecanismos de encuesta utilizados (citas, reglas de las llamadas, horarios de recolección de datos, etc.) deben ser analizadas.

Re-contactar a los encuestados

657. Se pueden utilizar otras estrategias para reducir las negativas. Algunos países llaman de nuevo a las familias incluso si hubo una negativa en el primer intento, para intentar una segunda vez. Esta estrategia es llamada 'reciclaje de negativas'. El reciclado de las negativas ha probado ser exitoso, pero debe ser usados cuidadosamente.

658. Es relativamente más fácil manejar las negativas en encuestas telefónicas. En efecto, llamar en otro momento o contactar a otra persona de la familia puede cambiar positivamente el resultado final. No obstante, no es aconsejable insistir demasiado a una familia y es importante definir un límite que no deba ser rebasado, incluso si la encuesta es obligatoria. En las encuestas cara a cara, en ocasiones, se hacen visitas adicionales por especialistas y entrevistadores capacitados ad hoc.

El uso de incentivos

659. El uso de incentivos, aunque controversial, puede ser otra forma de reducir la falta de respuesta. En ocasiones esta estrategia puede ser útil para inducir a las familias a responder la encuesta. Efectos positivos de los incentivos, tanto monetarios como en regalos, se han observado en las encuestas telefónicas, cara a cara y, sobre todo, en la de panel.

660. La literatura muestra una buena relación entre los incentivos y la calidad de los datos. Los incentivos parecen tener un efecto positivo en la calidad de los datos, reduciendo el elemento de falta de respuesta, incrementando el interés del sujeto y por consiguiente, obteniendo más concentración en las respuestas e incrementando la disponibilidad para participar en futuras encuestas.

661. Si se usa un incentivo monetario, el monto es el tema de debate, ya sea simbólico o sustancial. Algunos sostienen que es mejor un obsequio, por ejemplo una pluma, un libro, un producto de belleza u otro objeto; mientras que otros afirman que entregar los resultados de la encuesta a los entrevistados será visto como una forma de reconocimiento a su contribución.

662. Otro asunto son las circunstancias en las que los incentivos serán entregados. De hecho, algunos son prometidos antes de la entrevista y entregados o hechos efectivos sólo después de que la entrevista se ha completado. Por ejemplo, se promete una tarjeta de regalo (que pueda ser gastado en muchas tiendas) en la carta introductoria o por el entrevistador, y se entrega al finalizar la entrevista. O se proporciona una tarjeta telefónica prepagada al encuestado y se active sólo al terminar la entrevista.

663. Varios experimentos sobre el uso de diferentes tipos de recompensa muestran que estos incentivos tienen un efecto positivo significativo en los índices de respuesta, sin embargo, una recompensa en efectivo incondicional sería preferida por los encuestados.

664. Algunos estudios remarcan la relación entre el tipo de incentivo y el sexo o el origen étnico del encuestado. Esta relación indica que las diferentes sub-poblaciones reaccionan distintamente a los incentivos prometidos: los diferentes tipos de incentivos pueden afectar a los grupos de entrevistados de manera distinta, creando un sesgo en la calidad de las respuestas y la disposición para tomar parte en la encuesta.

665. Mientras que algunos investigadores encuentran que ofrecer un incentivo puede reducir los costos totales de la encuesta, así como el esfuerzo de los entrevistadores, otros investigadores enfatizan los efectos negativos además de las consideraciones presupuestarias. Estos estudios remarcan que la gente podría involucrarse más si es motivada por una obligación cívica al enfrentarse a una encuesta. Por esta razón, los encuestados que se sienten motivados sin necesidad de incentivos pueden proporcionar una mejor calidad.

Abordar los errores de la encuesta asociados con el encuestado

666. El enfoque y el comportamiento de los encuestados tienen el potencial de introducir errores en las encuestas de victimización. Esto es particularmente cierto cuando las características de los encuestados varían significativamente. En tales situaciones, el error en la encuesta puede resultar de la falta de respuesta (que, como ya se discutió anteriormente, puede ser debido a una gama de diferentes factores), la introducción de posibles sesgos por una estructura particular del cuestionario y el contenido, o métodos inadecuados en la aplicación de la encuesta.

667. Con respecto al contenido de la encuesta, como ya se revisó antes, las preguntas deben ser redactadas de manera a generar el mismo estímulo en toda la gama de encuestados. Una redacción ambigua o demasiado técnica del cuestionario tiene más probabilidades de causar que el encuestado haga su propia interpretación del significado de las preguntas. Cuando las características de los encuestados varían, el riesgo de un sesgo provocado por la (mal) interpretación puede llegar a ser significativo. Se debe tomar en cuenta, por ejemplo, la capacidad de las personas de edad avanzada o de personas con un nivel más bajo de educación para entender el lenguaje y la redacción de las preguntas. Igualmente, al elegir la modalidad de la encuesta, la habilidad de los encuestados para seguir, por ejemplo, los ele-

mentos y/o patrones requeridos para un cuestionario de auto-aplicación debe ser tomada en cuenta. Asegurar que dichas opciones sean adecuadas para las características de los encuestados es un paso importante para reducir el error asociado con la respuesta.

668. Además de la modalidad y la redacción de la encuesta, la investigación también muestra que la extensión del cuestionario tiene un efecto significativo en las respuestas dadas por el encuestado. Como se discutió antes, un cuestionario demasiado largo puede provocar el apresuramiento de las entrevistas o puede generar eventualmente resistencia por parte del entrevistado.

669. Estos errores de falta de muestreo pueden también ser exacerbados por las características particulares de los encuestados. Cuando los entrevistados muestran diferentes niveles de educación, diferentes niveles de interés en el tema (con un bajo nivel de interés que posiblemente conduzca a una falta de respuesta por negativa), o diferentes niveles de confianza en el gobierno u otras instituciones que estén llevando a cabo la encuesta, la posibilidad de un error de encuesta incrementa a través de los sesgos de falta de respuesta y la variación en la comprensión de las preguntas. Se requiere de una capacitación cuidadosa de los entrevistadores a fin de desarrollar sus habilidades sociales, para presentar una imagen propia positiva y segura y mantener una comunicación eficaz a lo largo de la entrevista, en todos los grupos de encuestados por igual.

670. La confianza en instituciones gubernamentales o institutos públicos responsables de la encuesta dependen del clima político así como de las circunstancias del individuo encuestado. Es importante que los encuestados estén seguros de que su participación no representa ninguna forma de amenaza y que la información proporcionada permanecerá como confidencial y sólo será utilizada para propósitos estadísticos. El valor de la encuesta debe ser comunicado efectivamente a los encuestados, incluyendo una descripción de cómo será utilizada la información recolectada.

671. Se requiere de un cuidado particular para reducir el error en la encuesta cuando el cuestionario incluye preguntas de temas delicados. En encuestas de violencia contra la mujer, por ejemplo, las preguntas que evoquen sentimientos personales fuertes pueden incrementar la falta de respuesta parcial. En las encuestas generales de victimización delictiva, las preguntas sobre las medidas adoptadas de seguridad y protección de la familia o el uso de alcohol o drogas puede fácilmente derivar en respuestas defensivas, negativas o incluso respuestas falsas. Las metodologías tales como las de CASI pueden ser valiosas en las entrevistas cara a cara ya que proporcionan un más alto grado de confidencialidad que las medidas normales de CAPI.

672. Definir un nivel “aceptable” de falta de respuesta es extremadamente difícil. La falta de respuesta es un término muy amplio que incluye la falta de contacto (debido por ejemplo a impedimentos para entrar al edificio donde reside la familia o a la incapacidad para contactar a un miembro en particular elegido para participar), las negativas totales (en persona, antes de la entrevista o por una cita cancelada), las negativas parciales (negativa a contestar preguntas en particular) y otros tipos de falta de respuesta (a veces llamadas ‘no-posibles’) tales como enfermedad, impedimento físico o mental, o incluso el deceso del encuestado.

673. Se debe notar que los índices de respuesta en sí mismos son menos importantes que el asegurar un sesgo mínimo de falta de respuesta. Mientras que una muestra final más pequeña puede perder precisión debido a mayores intervalos de confianza, un cierto nivel de falta de respuesta no resulta automáticamente en resultados imprecisos. Cuando la razón de falta de respuesta no está relacionada con el resultado de la encuesta (‘falta completamente al azar’ (MCAR, por sus siglas en inglés)), una falta de encuestado no introduce error en la entrevista. Los hombres, por ejemplo, son menos propensos a estar de acuerdo en participar en encuestas, pero esto no introduce error en una encuesta simple, por ejemplo, el color de ojos.

674. La situación es más compleja cuando los encuestados faltan al azar, pero hay sin embargo una cierta correlación entre el comportamiento del encuestado y los resultados de la encuesta (por ejemplo, hay más personas jóvenes entrevistadas que personas de edad avanzada). Esto se puede corregir en algunos casos, cuando la información es conocida bajo las características subyacentes. Es más problemático cuando se trata de una situación poco conocida, o incluso ser determinante tanto del comportamiento del encuestado como de los resultados de la encuesta. Dichos encuestados pertenecen a ‘no falta completamente al azar’ (NMAR, por sus siglas en inglés) y ciertamente introducirán en cierto grado un sesgo de falta de respuesta. Las personas que han sido víctimas recientes de robo a casa habitación, por ejemplo, pueden estar menos dispuestas a abrir la puerta a una persona desconocida, lo cual resultará en una mayor falta de respuesta y una subestimación de los índices de prevalencia de robo del año anterior.

675. El paso más importante al analizar y abordar el sesgo de falta de respuesta es asegurar que el diseño de la encuesta registre la falta de respuesta, junto con el resultado exacto de intentos para contactar a los participantes elegibles, con tanta precisión como los registros completos de la respuesta. En muchos casos, la falta de respuesta puede simplemente ser ignorada, no calculada ni analizada, ni mucho menos públicamente disponible. Sólo cuando la falta de respuesta es registrada con precisión se pueden hacer intentos para abordar sus posibles sesgos.

676. La identificación de un posible sesgo introducido por la falta de respuesta a menudo puede llevarse a cabo mediante el uso de 'variables auxiliares'. Las variables auxiliares son definidas como variables medidas por la encuesta pero cuya distribución en la población es conocida. Si la distribución de dichas variables en la muestra final difiere significativamente de la distribución de la población, puede significar que ciertos grupos están siendo sobre o sub-representados. Cuando se sospecha que las características asociadas con el grupo sobre o sub representado en particular subyacen, o inclusión determinan, los resultados de la encuesta, la posibilidad de un sesgo en la encuesta –y por lo tanto el error – es alta.

677. Mientras que la falta de encuestados (los no encuestados), por definición, no ha podido proporcionar información, es importante que toda la información posible sea, no obstante, recogida, de o sobre la cohorte de falta de encuestados. Los no encuestados seleccionados pueden, por ejemplo, ser visitados nuevamente por los entrevistadores con el propósito de persuadirlos para cooperar en la encuesta. Este enfoque tiene la desventaja de ser costoso y consumir tiempo. Una aproximación alternativa económica (Kersten y Bethlehem 1984) implica regresar a los no encuestados con un pequeño número de preguntas selectas de la encuesta original. Las respuestas obtenidas de la encuesta reducida pueden entonces ser utilizadas para proporcionar una visión del posible sesgo introducido por el nivel general de no encuestados (F. Cobben and B. Schouten — 2007). En particular, cuando las encuestas hacen uso de un diseño de modalidad mixto, los no encuestados pueden ser enfocados mediante una modalidad diferente a la utilizada en la encuesta original. Por ejemplo, si CATI es utilizado para la encuesta principal, los no encuestados pueden ser enfocados posteriormente mediante una combinación de cuestionarios auto aplicados vía web o en papel.

678. Si algunas secciones del cuestionario muestran niveles altos de falta de respuesta a diferencia de otras secciones, un análisis detallado de las razones de dicho comportamiento debe ser realizado. Por ejemplo, en la Encuesta Italiana de Seguridad Ciudadana 1997, un alto nivel de falta de respuesta a preguntas específicas en las secciones de violencia contra la mujer (1.6 %) y acoso (0.5 %), precisaron de un análisis detallado de las razones de tal comportamiento. Un modelo multinivel fue aplicado para analizar qué características de los encuestados (incluyendo nivel educativo, ingresos, estado civil, municipalidad de residencia) afectaron más el riesgo de negativa. Los resultados mostraron que las mujeres solteras y las mujeres con mayores ingresos familiares y niveles de educación estaban más dispuestas a responder a las preguntas. Por otra parte, la falta de respuesta parcial relacionada con las dificultades generales en la aplicación de la encuesta reportadas por los entrevistadores, indicaron la necesidad de una capacitación cuidadosa de los entrevistadores y una aplicación sensible de dichas preguntas.

679. Cuando se sospechan errores debidos a un reporte incorrecto de las circunstancias que rodean los hechos delictivos, una nueva entrevista de la encuesta a una sub-muestra de los hogares originalmente encuestados puede proporcionar una guía hacia la precisión original del informe (Dorcas Graham — 1977). Los resultados de las dos entrevistas son comparados y las medidas de error de respuesta registrados. Una investigación similar llevada a cabo después de la encuesta original, ambas sobre falta de respuesta parcial y en secciones enteras del cuestionario, permite la evaluación y la medición de la calidad de los datos finales de la encuesta. En ciertas circunstancias, dicha información puede también ser utilizada para desarrollar la ponderación para la corrección de las estimaciones de población o para la imputación de datos faltantes.

Uso de encuestados interpuestos (terceras personas que responden por el encuestado elegido)

680. Cuando un encuestado no es capaz de proporcionar la información requerida, un encuestado interpuesto puede ser utilizado para dicha tarea. Por motivos de precisión y confidencialidad, los encuestados interpuestos son generalmente considerados un último recurso para obtener información sobre el encuestado designado.

681. Generalmente, las encuestas que permiten encuestados interpuestos lo hacen así para reducir los costos de obtener entrevistas o para evitar una falta de entrevista (no entrevista) cuando la persona designada para la muestra no puede participar. Los diseñadores de encuestas deben determinar si y cuándo un encuestado interpuesto puede ser utilizado. Algunas encuestas deciden no utilizar encuestados interpuestos en absoluto. Otras especifican que los encuestados interpuestos serán permitidos sólo bajo condiciones específicas, como cuando el encuestado designado está físicamente impedido para participar y un miembro de la familia tiene la disposición y el conocimiento suficiente para proporcionar la información de encuestado designado. El inventario 2005 de encuestas de victimización conducido por ONUDD-CEE encontró que 31% de las 58 encuestas de victimización permitieron el uso de encuestados interpuestos.

Ventajas de utilizar encuestados interpuestos

682. Hay dos razones para que las encuestas permitan el uso de interpuestos si la persona designada para la entrevista no está disponible: reducir los costos y reducir la falta de respuesta. Permitir que otra persona que esté disponible para proporcionar la información para la encuesta puede reducir el costo de obtener la entrevista, eliminando la necesidad de dar seguimiento y hacer intentos posteriores para obtener la entrevista. Adicionalmente, permitir una entrevista interpuesta puede también evitar una situación de falta de entrevista (no entrevista) si la persona designada no va a estar disponible durante el periodo enumerado o si le es imposible responder por sí misma.

Desventajas de utilizar encuestados interpuestos

683. Se pide a los encuestados interpuestos proporcionar información sobre las experiencias de alguien más. Sus respuestas, por lo tanto, pueden no ser tan precisas como las de la persona designada. Significativamente, para una encuesta de victimización, un encuestado interpuesto podría no saber sobre los delitos que el encuestado muestreado ha experimentado, o podría no conocer los detalles de dicha victimización o su impacto en la víctima. Los encuestados interpuestos pueden también olvidar eventos sucedidos al encuestado designado. Además, para las encuestas de victimización, el encuestado interpuesto puede, por diversas razones, ocultar información sobre incidentes delictivos experimentados por el encuestado muestreado. Tales razones incluyen acoso, un deseo de proteger al encuestado muestreado o que el encuestado interpuesto haya sido el delincuente en el delito cometido contra el encuestado designado.

684. El uso de encuestados interpuestos también genera problemas de confidencialidad. Generalmente, las respuestas de la encuestas son conocidas sólo por el encuestado y el entrevistador. El uso de un encuestado interpuesto puede violar el derecho de confidencialidad del encuestado designado así como su derecho a elegir participar o no en la encuesta.

Establecer reglas para los encuestados interpuestos

685. Es necesario para el diseñador de la encuesta determinar si permitir o no encuestados interpuestos, bajo qué circunstancias permitir su uso, y crear un criterio para identificar a los encuestados interpuestos aceptables. Para determinar si permitir o no el uso de interpuestos, el diseñador debe determinar si los beneficios superan los posibles inconvenientes. ¿El costo de encuestados interpuestos reducirá los costos de la encuesta significativamente? ¿La información obtenida reflejará con precisión lo que el encuestado asignado hubiese respondido? ¿Los derechos de privacidad y confidencialidad del encuestado asignado estarán suficientemente protegidos?

686. Las circunstancias en las cuales un encuestado interpuesto puede ser aceptable incluyen:

- El encuestado es demasiado joven para responder por sí mismo;
- El encuestado está físicamente incapacitado o demasiado enfermo para participar;
- El encuestado tienen una enfermedad mental o un desorden emocional que evita su participación;
- El encuestado estará ausente durante todo el periodo de la encuesta.

687. Del inventario de encuestas de victimización ONUDD-CEE del 2005, las razones más comunes dadas para utilizar encuestados interpuestos fue por personas que no eran capaces de responder por sí mismas debido a enfermedad, discapacidad o para chicos demasiado jóvenes.

Establecer un criterio para identificar encuestados interpuestos aceptables

688. Si se permiten los encuestados interpuestos, el diseñador de la encuesta debe establecer las reglas para la elección de interpuestos aceptables. Para una encuesta de victimización, el encuestado interpuesto debe ser una persona con una relación cercana al encuestado designado, excepto en caso de las encuestas que traten específicamente con la familia y la violencia doméstica. Es más probable que dicha persona conozca si el encuestado muestreado fue una víctima de un delito registrado y tenga suficiente información sobre estas ofensas para proporcionar a la encuesta. Generalmente, este interpuesto será un pariente o miembro de la familia de encuestado designado. Los niños o las personas por debajo de una edad específica no son buenos candidatos para ser encuestados interpuestos, ya que pueden no ser capaces de entender las instrucciones y los conceptos de la encuesta y pueden no conocer la información necesaria sobre el encuestado. Por otra parte, puede haber reglas o normas culturales contra la utilización de menores como encuestados interpuestos.

Conducir entrevistas con encuestados interpuestos

689. Al conducir una entrevista con un encuestado interpuesto, puede ser necesario reformular las preguntas para dejar claro que la información recogida es concerniente al encuestado designado y no al interpuesto. Por ejemplo, una pregunta como “¿Le fue robado algo?” debe ser replanteado como “¿Algo fue robado al Sr./Sra. X?”

690. Algunas preguntas, como aquellas que cuestionan opiniones o actitudes, no deben preguntarse a los encuestados interpuestos porque éstos no deben reflexionar sobre opiniones o actitudes del encuestado designado.

Identificar encuestados interpuestos en los datos de la encuesta

691. Para identificar entrevistas llevadas a cabo por un interpuesto, el cuestionario debe tener un elemento que identifique cuando ha sido utilizado un interpuesto y que también identifique el nombre y la relación con el encuestado designado. Esta información es importante para evaluar la calidad de los datos y para excluir los elementos inapropiados para el análisis. Los protocolos de respuesta interpuesta deben incluirse en las secciones de metodología de la encuesta de todo informe de encuesta.

Resumen

692. Bajo circunstancias ideales, las encuestas nunca requerirían de encuestados interpuestos. Las encuestas, sin embargo, nunca se llevan a cabo en circunstancias ideales, lo que hace del uso de encuestados interpuestos todo un tema. Lo siguiente resume el uso de los entrevistados interpuestos en las encuestas de victimización:

- Los entrevistados interpuestos no son adecuados para preguntas relativas a las actitudes o para información que sólo el encuestado designado puede saber, por ejemplo, por qué no fue reportado a la policía algún delito o la satisfacción con la respuesta de las autoridades ante la situación del encuestado;
- El uso de interpuestos tampoco es aconsejable para encuestas que abordan la violencia de pareja, o por actos de violencia cometidos por cuidadores, dada la posibilidad de que el interpuesto pueda, de hecho, ser el ofensor del encuestado. En este caso, utilizar un interpuesto puede resultar en la subestimación de la victimización;
- Para las encuestas donde el diseño de la muestra designa que los no encuestados sean reemplazados, los encuestados interpuestos no son un problema; las personas incapaces de responder por sí mismas son reemplazadas por otros encuestados;
- Si los encuestados interpuestos son permitidos, asegurar que éstos tengan conocimiento de las experiencias del encuestado designado;
- Identificar el uso de interpuestos en los datos de la encuesta, así como la razón para una entrevista a través de un encuestado interpuesto.

B. Selección y capacitación de entrevistadores

693. Los entrevistadores son un aspecto vitalmente importante en la colección de datos. Éstos pueden ofrecer calidad mejorada y/o introducir sesgos en los datos. Dependiendo de su comportamiento y nivel de profesionalismo, pueden impedir que los encuestados proporcionen información errónea. Por estas y otras razones, es muy importante identificar las mejores competencias y la formación de los entrevistadores.

Seleccionar entrevistadores e identificar capacidades/atributos requeridos

694. Las características esenciales de una encuesta exitosa son los entrevistadores calificados, hábiles y motivados. Independientemente de si el instituto responsable de la encuesta selecciona a los entrevistadores o si se delega esta tarea, el instituto patrocinador puede definir los requisitos básicos de los entrevistadores.

695. La primera característica a considerar es el sexo. Las encuestas de victimización normalmente recogen información delicada respecto a la violencia sexual y, generalmente, las entrevistadoras femeninas encausan mejor la divulgación de estos eventos, independientemente del sexo del encuestado. Por otra parte, en países donde la discriminación sexual es más prominente, una entrevistadora femenina puede tener dificultades adicionales para obtener una entrevista. En estos casos, es conveniente proporcionar entrevistadores de ambos sexos, que trabajen de manera conjunta, alternándose de acuerdo al caso, disminuyendo así el número de negativas.

696. Aunque no hay un límite específico de edad, se ha verificado en encuestas telefónicas que el tono de voz, la calidez y la tranquilidad general de las entrevistadoras femeninas adultas es mejor recibido por los encuestados en comparación con los entrevistadores más jóvenes. Los entrevistadores demasiado jóvenes pueden generar desconfianza en gran medida, causando el incremento de la falta de disposición de los encuestados para responder. Existen también algunos beneficios al utilizar entrevistadores que manejen varias lenguas cuando se trata de encuestados que tienen dificultades con el idioma.

697. Debido a la complejidad natural de la mayoría de los cuestionarios de victimización, se recomienda que los entrevistadores tengan más que un nivel de educación básica (según lo sugiere la Organización Mundial de la Salud — OMS). Además, es preferible que el entrevistador esté familiarizado con las computadoras y tenga las habilidades técnicas requeridas para la asistencia informática o las encuestas telefónicas que utilicen computadoras.

698. Las actividades y experiencia de los posibles entrevistadores son también importantes. Los individuos con fuertes capacidades de relación, de servicio, de comunicación y expresión son más recomendables como entrevistadores. Esto incluye, pero no se limita a, maestros, organizadores, personal de asistencia, personal de marketing, actrices y actores de teatro así como aquellos involucrados en la asistencia a menores, ancianos y discapacitados.

699. Los candidatos a entrevistadores deben tener ciertos conocimientos básicos de la técnica de entrevista a ser utilizada. Deben haber demostrado habilidad para asegurar las entrevistas, relacionarse eficazmente con los encuestados y, en el caso de las encuestas de violencia contra la mujer, interactuar positivamente con las mujeres que han experimentado violencia sexual.

700. Un posible resumen de elementos a ser evaluados en posibles entrevistadores es:

- Motivación personal para elegir el empleo de entrevistador;
- Inflexión en la expresión, tono y cadencia de la voz del posible entrevistador;
- Capacidad para comprender el tema de la encuesta;
- Conocimiento de las emociones relacionadas con las situaciones problemáticas y las dificultades que pueden derivarse al realizar una entrevista sobre violencia, y las estrategias propias del posible entrevistador para controlar dichas emociones;
- Disponibilidad para participar en la capacitación activa, incluyendo desempeño de funciones, simulaciones, discusiones y grupos de cooperación;
- Consideración de la presencia de cualquier estereotipo o prejuicio relacionado con las víctimas.

Capacitación inicial

Objetivos y planificación

701. Los entrevistadores juegan un papel importante en los esfuerzos de rendición de informes no personales para una encuesta exitosa. Ellos representan la conexión entre el instituto responsable de la

encuesta y los encuestados. Sólo a través de éstos las instituciones pueden acceder a las experiencias, opiniones o actitudes de los encuestados. Por lo tanto es imperativo que a través de una bien planificada capacitación, el entrevistador desarrolle los atributos y capacidades que lo identifiquen como entrevistador durante la selección. La capacitación garantiza entrevistadores bien calificados, enfocados en el encuestado, apropiados para la encuesta e inmersos en la técnica de entrevista. Además, una buena capacitación produce entrevistadores hábiles y motivados, maximizando la posibilidad de una recolección confiable de datos.

702. La planificación de la capacitación debe incluir varias fases como las siguientes:

- Conocimiento teórico preliminar: recopilación de referencias sobre el tema — publicaciones nacionales e internacionales, particularmente artículos científicos, libros, informes de encuestas sobre el tema realizadas por institutos de investigación o del ministerio de justicia;
- Planificación: objeto y objetivo de la capacitación, calendarización y fases;
- Planificación de los días de capacitación: módulos de enseñanza y sus objetivos;
- Preparación de materiales: guía de cuestionario; manual del entrevistador; diseño de desempeño de funciones; materiales ilustrados para ser distribuidos los días de capacitación; recopilación de periódicos, libros y material audiovisual si éstos serán utilizados durante la capacitación;
- Herramientas de desarrollo para verificar el aprendizaje (cuestionarios, pruebas) al final de la capacitación.

703. Después de la capacitación, el entrevistador debe:

- Comprender la encuesta;
- Entender cómo conducir adecuadamente la entrevista;
- Ser capaz de manejar la relación con el encuestado;
- Estar motivado y entender la importancia de su papel como entrevistador.

Entender la encuesta y la conducción apropiada de una entrevista

704. En parte, la calidad de la entrevista dependen del grado de preparación del entrevistador, lo cual implica la comprensión de los propósitos o metas generales de la encuesta e incluye un entendimiento de los conceptos que estén siendo investigados y el porqué son importantes. Con este conocimiento, el entrevistador puede proporcionar al encuestado información valiosa y motivar así su participación en el proceso de la encuesta.

705. El entrevistador debe tener un conocimiento profundo de los propósitos generales de la encuesta para completar una entrevista exitosamente. Además, debe entender las especificidades relativas al cuestionario, así como dominar la técnica de muestreo que se utilizará.

706. Entender las especificidades de la encuesta incluye el ser versado en el cuestionario, tanto en términos de estructura general como de partes específicas (es decir, las secciones de investigación y las secciones con características detalladas, el filtro de preguntas, etc.). El entrevistador debe también saber cómo “desplazarse” adecuadamente a través del cuestionario, permitiendo una movilidad natural a través de las diversas secciones. Esto es especialmente importante cuando se usan patrones de salto. Por ejemplo, los entrevistadores deben tener un entendimiento de qué es el telescoping (problemas con la ubicación temporal de los hechos) y cómo puede afectar los resultados de la encuesta. En algunos casos, el entrevistador clasifica el delito y, por lo tanto, debe tener un conocimiento profundo de las definiciones de la ley penal. Durante la capacitación, deben ser abordados los aspectos más complejos de la recolección de datos que comprometen la calidad de la encuesta.

707. El entrevistador debe tener también un amplio conocimiento de las normas metodológicas utilizadas en la encuesta. Por ejemplo, los entrevistadores deben saber por qué un individuo, y no otro, debe ser entrevistado, y como convencer apropiada y eficazmente a un encuestado a participar en la encuesta. Esto también incluye una comprensión de cómo leer adecuadamente las preguntas de la encuesta así como el correcto registro de las respuestas.

Manejo de la relación con el encuestado y la motivación del entrevistador

708. Manejar la relación con un encuestado es un aspecto esencial de la entrevista y puede ser complementado con el uso del idioma adecuado para el encuestado, el escuchar sus necesidades, responder sus dudas y calmar sus temores. El entrevistador debe de ver la entrevista como una conversación natural a fin de alcanzar la meta específica — la finalización exitosa de la entrevista. El entrevistador debe estar

consciente de que las emociones siempre están presentes y reconocer que si bien este punto no se puede descuidar, se debe tener bajo control. Es imperativo que el entrevistador conserve una actitud profesional respetando al encuestado sin sobre-involucrarse demostrando otro tipo de emociones.

709. Los límites de las funciones del entrevistador deben ser aclarados durante la capacitación. El entrevistador debe ser acogedor, tranquilizador, responsable, abierto, paciente y tolerante. Sin embargo, no debe jugar el rol de psicólogo o trabajador social ofreciendo resolver los problemas de los encuestados.

710. El entrevistador necesita ser un sujeto activo de la encuesta — no solamente un lector de preguntas y un registrador de respuestas. Por lo tanto, debe ser asertivo, empático e interesado. Los entrevistadores también deben ser capaces de decodificar las señales no verbales del encuestado. Esto incluye pausas, silencios, cambios en el tono de voz, etc. A través de un cuidadoso análisis de las señales no verbales, los entrevistadores pueden determinar si el entrevistado está cansado, irritado, indispuerto para hablar en ese momento o en ningún otro momento.

711. La motivación es fundamentalmente importante para el proceso completo de la investigación. Y es definitivamente importante durante las fases de captura de datos y que esto incrementa las posibilidades de hallazgos y soluciones de problemas. Para asegurar los entrevistadores mejor entrenados, la capacitación debe ser continua y ser conducida durante todo el periodo de ejecución de la encuesta. Esto incluye no sólo una capacitación inicial, sino también sesiones informativas, grupos de discusión y un salón de asistencia para los entrevistadores.

712. Las sesiones informativas implican la recopilación de las impresiones generales de los entrevistadores sobre el proceso de la encuesta, incluyendo los contenidos generales de la encuesta, así como los aspectos técnicos y metodológicos. Esto mejora la eficacia y la información obtenida puede ser utilizada para mejorar el entrenamiento de todos los entrevistadores. Las sesiones informativas son especialmente importantes durante la fase de recopilación de datos y pueden ser menos frecuentes cuanto más larga sea la encuesta en el campo (p.ej. una vez al mes). Durante las sesiones informativas, los investigadores solicitan los puntos de vista de los entrevistadores sobre los problemas y dificultades que han encontrado al realizar las entrevistas. Esto incluye dificultades relativas a los aspectos técnicos, los contenidos y la relación de comunicación con los encuestados. Con la comprensión de estos asuntos, los investigadores están mejor capacitados para ofrecer intervenciones correctivas para resolver estos problemas.

713. Las discusiones de grupo de los entrevistadores pueden ser llevadas a cabo de manera informal durante la vida de la encuesta con aproximadamente una reunión por semana. Estas discusiones sirven de apoyo psicológico y de contenido para los entrevistadores. Se sugiere que sean organizados como un grupo en el que todos los entrevistadores contribuyan con sus opiniones, estrategias y pensamientos.

714. El salón de asistencia está recomendado para las encuestas conducidas en una ubicación centralizada. Estas situaciones permiten a los investigadores, instructores de capacitación y otro personal de institutos de encuestas estar presentes mientras se recogen los datos. La presencia de personal no dedicado a la realización de entrevistas demuestra la importancia de la recolección de los datos y su presencia ofrece un apoyo a los entrevistadores que realizan el trabajo. Los miembros del equipo pueden observar y recoger impresiones, ideas, críticas y sentimientos tanto de los entrevistadores como de los encuestados y pueden trabajar con los entrevistadores para corregir errores metodológicos.

715. Los supervisores deben ser sensibilizados y capacitados para mostrar su papel de apoyo a los entrevistadores a fin de garantizar que su presencia no sea vista como un control. En lugar de ello, los supervisores deben ser vistos como personas interesadas y cuidadosas con los miembros del equipo de investigación. Esta táctica invita a que los entrevistadores estén más dispuestos a preguntar o a ventilar sentimientos sin temor a represalia alguna.

Estructura de la capacitación y contenidos

716. De acuerdo a las consideraciones anteriores, el objetivo primordial de la capacitación debe ser la formación de entrevistadores:

- Consientes de la importancia y la delicada naturaleza de la encuesta;
- Consientes de los contenidos de una encuesta de victimización y la implementación del cuestionario;
- Capaces de seguir la metodología correcta de la entrevista;
- Capaces de crear un clima de confianza para ayudar a la disposición del encuestado;
- Capaces de manejar posibles situaciones críticas.

RECUADRO 54: EJEMPLOS DE MÓDULOS DE CAPACITACIÓN

Módulo 1 — Introducción, presentación de la encuesta y del instituto patrocinador

- Presentación y función del instituto patrocinador;
- Presentación del equipo y el grupo de entrevistadores y reformulación de los objetivos de la capacitación;
- La función del entrevistador y su importancia;
- La importancia de la calidad;
- El significado de la muestra de las encuestas, el respeto de las reglas del muestreo; las principales razones de las negativas y las características de los no encuestados;
- Las técnicas para aplicar el cuestionario. Esto incluye el idioma del cuestionario, la importancia de leer la pregunta en su totalidad, ayudar al encuestado respondiendo sin influir en sus respuestas, codificar las respuestas e interpretar los silencios;
- Ejercicios para enfrentar las emociones durante la entrevista.

Módulo 2 — Organización y metodología de la encuesta

- Organización: entrevistas a ser completadas, calendarización, horarios de la encuesta y las entrevistas;
- Metodología: estructura de la muestra, la noción de familia, la técnica para seleccionar a las personas para ser entrevistadas dentro de una familia, la técnica para sustituir a una persona seleccionada (si la hay), la importancia de respetar las reglas y la minimización de las negativas de las familias y/o los individuos seleccionados.

Módulo 3 — Contenidos de la encuesta: delitos dentro del alcance

- Clasificación jurídica de los delitos de interés;
- La formulación de las preguntas sobre delitos;
- Ejercicios sobre tipología del delito;
- Técnicas utilizadas para coleccionar datos sobre delitos. Esto incluye problemas y estrategias, técnicas de investigación, asuntos lingüísticos, asuntos de memoria, telescoping y prevención de errores en la clasificación del delito;
- Análisis de los elementos del cuestionario.

Módulo 4 — Comunicación y Escucha Eficaces

- La comunicación eficaz como característica crítica de una entrevista exitosa. Esto incluye la importancia de la asertividad y la escucha activa;
- Manejo de emociones en situaciones críticas de entrevistas, manejo de negativas y el trato de las entrevistas sobre violencia sexual y acoso.

Módulo 5 — Capacitación técnica para entrevistas asistidas por computadora

- Ejercicios realizados directamente con la terminal de la computadora;
- Simulación de diversos patrones posibles durante el flujo del cuestionario;
- Ejemplos de filtrado;
- Revisión de las explicaciones de las preguntas para el encuestado, reiteración de solicitudes y codificación de respuestas.

Capacitación de los entrevistadores para Encuestas de Violencia Contra la Mujer

Encuestar la violencia contra la mujer presenta dificultades adicionales. En estas situaciones, la OMS sugiere que objetivos adicionales en la capacitación de los entrevistadores que incluyan:

- Incremento de la sensibilidad de los participantes hacia los asuntos de género a nivel personal y a nivel de comunidad;
- Desarrollo de una comprensión básica de la violencia de género, sus características, causas e impacto en mujeres y niños;
- Aprendizaje de habilidades de entrevista que tomen en cuenta la seguridad de las mujeres y los lineamientos éticos.

Según lo expresado en los materiales metodológicos de la Encuesta Internacional de Violencia Contra la Mujer (IVAWS), durante la capacitación, los entrevistadores deben adquirir una clara comprensión de:

- Cómo se define la violencia contra la mujer;
- Los efectos de la violencia en víctimas femeninas;
- Mitos sociales con respecto a la violencia y las víctimas;
- La importancia de estos mitos para los encuestados y los entrevistadores mismos;
- Como garantizar la seguridad de los encuestados y la de los entrevistadores mismos;
- Cómo responder a traumas emocionales que pudieran ser generados al responder a la encuesta, tanto para el encuestado como para el entrevistador;
- Cómo maximizar la honestidad al divulgar la violencia.

El tema de la violencia contra la mujer debe ser presentado mediante definiciones, teorías, datos estadísticos, y referencias legales. Se debe prestar particular atención a la *espiral de violencia* y sus fases características. Puede ser útil presentar diferentes tipologías de violencia proporcionadas y solicitadas por los propios ejemplos personales de los entrevistadores.

La presentación de historias de vida, artículos periodísticos, entrevistas o películas enfocadas en casos de violencia puede ser una manera útil de introducir el tema de la violencia. Utilizar herramientas visuales como diapositivas y videos se recomienda también para ilustrar el impacto emocional de la violencia. A través de los grupos de discusión y las lluvias de ideas es posible compartir pensamientos, estereotipos y prejuicios sobre la violencia contra la mujer. Esto es especialmente importante de considerar ya que los estereotipos y los prejuicios con respecto a la violencia contra la mujer pueden ser particularmente prominentes en algunos países y culturas. Debe evitarse que prejuicios e ideas lleguen a formar parte de la experiencia de la entrevista.

El uso del juego de roles y de entrevistas simuladas es muy importante ya que es una oportunidad para el entrevistador de analizar sus propias reacciones al enfrentarse con varios escenarios posibles. Dichas técnicas permiten a los entrevistadores observar y analizar los roles jugados. El uso de guiones en las simulaciones y en el juego de roles, aparte de posibles historias de violencia, puede ofrecer ejemplos de modelos de entrevista “correctos” e “incorrectos”.

717. Las instalaciones para la capacitación debe ser acogedora y funcional. Cada grupo de capacitación debe ser comprendido por entre 10 y 15 entrevistadores; sin embargo, se pueden manejar grupos de 20 personas. Las sesiones de capacitación deben tener de cinco a seis horas de duración. Esto permite que el material sea cubierto y que los participantes reflexionen y elaboren lo que han aprendido durante la capacitación. Los niveles de atención decrecen luego de cierto número de horas, así que intentar largas sesiones para las capacitaciones no es una estrategia útil.

718. Los salones para la capacitación teórica deben tener pizarrones y proyectores para mostrar los documentos que se van a discutir. Los documentos deberán estar disponibles en papel y en el proyector. En caso de una capacitación en CATI, cada participante debe tener una terminal de computadora ligada a un servidor. Se le deben proporcionar una silla y un escritorio para la toma de notas a cada participante.

RECUADRO 55: ENTREVISTAS DE GRUPOS MINORITARIOS

La utilización de ‘entrevistadores análogos’: en casos de encuestas a inmigrantes o minorías étnicas, hay una opinión dividida acerca de si entrevistadores provenientes de los grupos entrevistados pueden ser empleados, y cuáles serían los efectos de emplearlos. Por ejemplo, los entrevistados musulmanes pueden no estar dispuestos a revelar casos de victimización que sientan que los han “avergonzado” a ellos o a sus familias (en el sentido de ‘izzat’). Sin embargo, pueden estar más dispuestos a revelar esta información a un entrevistador no musulmán. Cuando los entrevistadores de minorías son identificados como pertenecientes a una comunidad, existe el problema potencial de que puedan conocer a un entrevistado, lo que tiene implicaciones con respecto al anonimato. Por otra parte, los entrevistadores provenientes de minorías quizá tengan la ventaja de hablar el idioma del encuestado. Dependiendo de los grupos de población objetivo, el marco temporal debe tomar en cuenta las celebraciones religiosas y de otro tipo que puedan ser específicas de cierto grupo de la población.

Capacitación continua

719. La formación continua de entrevistadores es importante tanto para mantener su motivación como para asegurar la consistencia y los niveles continuos de calidad en la entrevista a través de toda la fase de captura de datos. La capacitación continua también permite la reflexión de las lecciones aprendidas de las entrevistas y de los contenidos y metodologías de la encuesta.

720. La formación continua puede usar un rango de técnicas y métodos para permitir la alternancia entre la capacitación teórica y la práctica. En particular, una vez que los entrevistadores se familiarizan con la encuesta y su metodología, los ejercicios prácticos pueden incluir el uso de filmes y/o sinopsis, grupos de discusión o juegos de roles.

RECUADRO 56: LA TÉCNICA DE JUEGO DE ROLES EN LA CAPACITACIÓN

El propósito del juego de roles para los entrevistadores es proporcionarles ejemplos de situaciones que podrían enfrentar en el campo. Esto les permite probar las siguientes habilidades:

- Tomar el rol de un entrevistador;
- Manejar la interacción con una variedad de encuestados (p. ej. temerosos, parlanchines, dependientes, tímidos, víctima, etc.);
- Recoger eficazmente la comunicación no verbal de un encuestado;
- Controlar la entrevista de manera firme sin ser amenazante;
- Ser eficaz cuando está estresado;
- Reconocer y retirarse de situaciones de peligro.

Hay muchos lineamientos útiles al preparar el juego de roles. Primero, el capacitador a cargo del juego de roles prepara la escena del simulacro de entrevista, elige el tema y selecciona a los participantes. Un ‘actor’ (entrevistador aprendiz) es informado sobre cómo jugará el rol de co-entrenador. Otro actor es seleccionado como el entrevistador. Este individuo no debe saber los detalles de la escena o las características de la persona que va a entrevistar.

El escenario del juego de roles debe durar unos cinco minu-

tos, luego de los cuales, el entrenador debe detener el juego de roles y preguntar a los participantes sobre sus pensamientos, opiniones y comentarios sobre el comportamiento del entrevistador. Después de esta discusión, el entrenador explicará cuáles fueron los comportamientos correctos del entrevistador y cuáles podrían mejorar. Algunos ejemplos de escenarios de juego de roles son los siguientes:

- Un esposo amenazador;
- Un encuestado intimidado;
- Una violación no divulgada (encuestado emocional).

El juego de roles y las estimulaciones pueden ser videograbadas y revisadas posteriormente. Durante las revisiones, los comentarios y las sugerencias para mejorar pueden ser discutidos en grupo. Este ejercicio es una útil herramienta de enseñanza.

La introducción de técnicas teatrales enfocadas en aspectos comunicativos, expresivos y emocionales como los utilizados por los actores, pueden mejorar la capacidad del entrevistador para transmitir el contenido de la entrevista. Utilizar técnicas teatrales es un método útil para que los entrevistadores desarrollen las capacidades necesarias para transmitir el contenido del cuestionario de la encuesta de manera natural, auténtica y expresiva.

Desarrollo de materiales para entrevistadores

721. La capacitación se lleva a cabo con ayuda de documentos específicos de formación. Los entrevistadores utilizarán estos materiales durante la capacitación, al estudiar los temas en cuestión y durante la fase de recolección de datos como un apoyo para su labor.

Guía del Cuestionario

722. La guía del cuestionario es la herramienta principal en el apoyo al entrevistador para que se familiarice con el cuestionario tanto en términos de contenido como en los aspectos del procedimiento. Ésta debe incluir una descripción completa, simple y operativa del instrumento de recolección de datos. Con respecto al contenido de la encuesta, la guía del cuestionario debe incluir una o más secciones dedicadas:

- a) La primera sección principal a ser cubierta es aquella que describa los objetivos o metas de la encuesta. Entender claramente y ser capaz de transmitir los objetivos de la encuesta son aspectos importantes del conocimiento del entrevistador.
- b) La guía también debe incluir las definiciones de tipos de delito, así como la terminología utilizada para identificar delitos específicos. Es importante describir con exactitud cada delito para asegurar la precisión y confiabilidad de la información recolectada. Además, algunos delitos deben ser claramente definidos y entendidos de manera que no incluyan el nombre específico del delito.
- c) Una tercera sección de la guía del cuestionario debe cubrir una descripción de la metodología de la encuesta utilizada para recoger los datos. Esta sección debe cubrir la técnica de investigación utilizada para recopilar correctamente las victimizaciones encontradas durante el periodo de referencia. Además, esta sección debe enseñar a los entrevistadores las formas de evitar el telescoping. Los entrevistadores deben estar bien capacitados para ayudar a los encuestados a identificar el periodo de tiempo dentro del cual el delito tuvo lugar. Los métodos utilizados incluyen proponer al encuestado una variedad de periodos. Por ejemplo, deben preguntar primero si han sufrido un accidente a lo largo de su vida; después, durante los últimos tres años; después, durante los últimos doce meses, etc. Esta estrategia ayuda a los encuestados a recordar mejor el tiempo en que una victimización ocurrió.
- d) Una cuarta sección de capacitación debe cubrir la estructura del cuestionario, por sección, y las preguntas relativas principales.

723. En cuanto a los aspectos del procedimiento de la encuesta, la guía de entrenamiento debe incluir información sobre diversos aspectos como:

- Periodo y tiempos de las entrevistas;
- La técnica de la encuesta (PAPI, CATI o CAPI);
- La muestra de referencia;
- Las unidades de la encuesta (individuos, familias o ambos);
- El procedimiento para identificar a la persona de referencia, si la hay;
- El método de aplicación del cuestionario.

Manual de Entrevistador

724. Este manual está pensado como un apoyo para la capacitación, donde se abordan los aspectos relacionales de la entrevista pertenecientes a la comunicación entre el entrevistador y el encuestado. Éste debe proporcionar sugerencias para ayudar en situaciones problemáticas que puedan ocurrir durante cualquier etapa de la entrevista. Asimismo, debe proporcionar una clara definición del papel y de la especificidad del trabajo del entrevistador mediante el uso de ejemplos. Al mismo tiempo, debe ofrecer herramientas y estrategias útiles para diferentes situaciones y posibles dificultades que puedan ocurrir en cualquier fase de la entrevista. Por ejemplo, el manual debe cubrir cómo presentar eficazmente al entrevistador, la encuesta y el instituto responsable. El manual debe discutir cómo encausar al encuestado para participar, incluyendo métodos para persuadir a un encuestado que se encuentre dudoso. El manual de capacitación debe incluir una lista de preguntas frecuentes, permitiendo al entrevistador estar preparado para lo que le pueda preguntar un encuestado. Finalmente, debe discutir cómo debe responder el entrevistador en situaciones difíciles.

725. Si la encuesta cubre violencia sexual, se recomienda que se dedique una sección específicamente para esto (ver Apéndice C).

C. Calidad de la entrevista

La influencia de los entrevistadores en la calidad de los datos

726. Los entrevistadores juegan un papel importante en todos los métodos de recolección de datos y pueden influir directamente en la validez, confiabilidad y calidad de los datos en general. La influencia de los entrevistadores puede controlarse mejor con ciertos métodos de recolección de datos. Por ejemplo, una característica de CATI, es la habilidad para implementar algunos controles de calidad de datos durante la fase de recopilación. Con estos controles, es posible para el entrevistador verificar instantáneamente la información recogida mientras sigue al teléfono con el encuestado. Esto ofrece claras ventajas así como algunos peligros latentes. Cuando la fase de corrección de los datos es dividida en dos pasos más, esto puede causar problemas de criterios corrección no homogéneos y un nivel más alto de responsabilidad del entrevistado que en otras técnicas de encuesta.

727. Cuando la encuesta emplea entrevistadores CAPI, las correcciones inmediatas son posibles mediante la utilización de un observador. Sin embargo, identificar y registrar los errores del entrevistador es difícil y las correcciones implican un observador, lo que incrementa los costos de la encuesta. Además, no es fácil controlar los valores editados en la entrada y después de la corrección. Dicha técnica usualmente es aplicada sólo en encuestas piloto o al probar el procedimiento.

728. Es necesaria la monitorización continua (vía el análisis) de los entrevistadores, ya que durante las encuestas telefónicas, la manera en que las preguntas son leídas, el tono de voz y la velocidad de la entrevista pueden afectar la calidad de las entrevistas. Igualmente, durante las entrevistas cara a cara, la manera en que el entrevistador enfoca y aborda al encuestado, cómo son registradas, codificadas y editadas las respuestas y cómo se manejan los filtros en un cuestionario en papel puede afectar los resultados de la entrevista.

729. El entrevistador debe conocer el contenido y los objetivos de la encuesta en la que está activamente involucrado. Esto evita que el entrevistador modifique el significado de las preguntas y provoque posibles malentendidos en el encuestado. Un ejemplo de dicha situación puede encontrarse en las Encuestas Italianas de Victimization y de Seguridad Ciudadana (2002). Después de que la fase de recolección de datos fue iniciada, se detectó una tendencia anómala con respecto a los resultados de la encuesta de 1997/98 con respecto a las familias con la intención de cambiar de residencia debido a su experiencia de victimización. Un análisis profundo que implicó reuniones informativas con los entrevistadores mostró que la anomalía se debía a la incorrecta interpretación del significado de la pregunta por parte de los entrevistadores. Algunos de ellos contaron tanto a las familias que se mudaron debido a un delito o a un riesgo de victimización así como a las familias a las que les hubiera gustado mudarse pero no lo hicieron (ver Recuadro 56: ejemplo). Este error fue detectado entre algunos entrevistadores que no entendieron el objetivo de investigación real de la pregunta. Esto subraya la importancia de una capacitación a fondo y la necesidad de mejorar la redacción de una pregunta para asegurar que sea fácil de entender tanto para el entrevistador como para el encuestado.

730. La función del entrevistador es fundamental en todas las fases del proceso de la encuesta: al principio, al contactar a la familia por primera vez, y durante el transcurso de la encuesta, con respecto al contenido y manejo de preguntas delicadas.

731. El primer contacto es importante para obtener la cooperación de la familia, detectar al miembro de la familia a ser entrevistado y los patrones de salto a seguir en el cuestionario. Por ejemplo, en las encuestas de violencia contra la mujer, al inicio de éstas se recoge información muy importante que determina qué preguntas plantearán las encuestadas. Esto incluye la relación actual o pasada de la encuestada (si tiene pareja o ex parejas, como esposos o prometidos o co-habitantes).

732. Cuando las preguntas están relacionadas con las actitudes, el comportamiento o los valores personales, la gente puede reaccionar construyendo una barrera entre ellos y el entrevistador. Efectivamente, el 'efecto del entrevistador' puede influir en la posibilidad de obtener respuestas precisas. Como consecuencia, es muy importante que el entrevistador establezca una relación colaborativa con el encuestado. La delicadeza de los temas que deben ser discutidos puede causar resistencia en el encuestado, así que el entrevistado debe mostrar una actitud de calma y equilibrio. Si el tono es demasiado familiar o demasiado confiado, existe el riesgo de que la confianza del encuestado se reduzca debido a un sentimiento de que los límites se están sobrepasando y que su anonimato es incierto. Por el lado contrario, si el estilo es demasiado formal, puede provocar que un encuestado tímido se cierre aún más.

RECUADRO 57: EJEMPLO DE UNA PREGUNTA QUE FUE MALINTERPRETADA POR ALGUNOS ENTREVISTADORES

1. ¿HA CAMBIADO ALGUNA VEZ DE RESIDENCIA DEBIDO A UN DELITO O POR HABER SENTIDO ESTAR EN SITUACIÓN DE RIESGO?

No 1

Sí 2

Fraseo anterior de la pregunta

(Si NO)

1. *BIS* ¿TIENE INTENCIÓN DE HACERLO POR ESTA RAZÓN?

No 1

Sí 2

Fraseo nuevo de la pregunta

(Si NO)

1. *NUEVA.BIS* ¿TIENE INTENCIÓN DE CAMBIARSE DE RESIDENCIA POR ESTA RAZÓN, ESTO ES, PORQUE PIENSA QUE ESTÁ EN UNA SITUACIÓN INSEGURA?

No 1

Sí 2

733. Otros factores con el comportamiento del encuestado pueden influenciar negativamente el patrón de respuestas de los encuestados. Por ejemplo, las preguntas respecto a la violencia física o sexual sufrida por las mujeres pueden producir temor y ansiedad en el encuestado, poniéndolos menos dispuestos a contestar las preguntas siguientes. Las mismas consecuencias pueden ser generadas si los entrevistadores revelan estereotipos personales.

734. Otro aspecto importante es el tiempo. El entrevistador debe leer las preguntas sin prisas, mientras que ayuda al encuestado a entender los varios conceptos de delitos. Deben permitir un tiempo adecuado para que el encuestado responda. Con tiempos adecuados, los errores de mal-interpretación o los problemas de divulgación se pueden reducir.

735. Otro problema potencial es la influencia de la percepción de ‘las expectativas sociales’ del entrevistador sobre las respuestas del encuestado. El entrevistador debe estar seguro de no generar una situación en la cual el encuestado sienta que hay una respuesta “buena/correcta” o “mala/incorrecta”. Por ejemplo, esto puede ocurrir cuando el entrevistador pregunta al encuestado sobre si la victimización fue reportada a la policía. Es imperativo que el encuestado no responda a manera de sentir que está complaciendo al entrevistador.

Control de calidad en las fases del proceso

736. Mientras que la recopilación avanza, los investigadores deben monitorizar la recolección de datos con particular atención en la calidad y la presencia de falta de respuesta total o parcial.

737. Realizar los controles de calidad significa que muchos aspectos deberán ser monitorizados mientras se ejecutan las entrevistas. Estos incluyen las características de los entrevistadores y los encuestados, cómo se siente el entrevistador y el encuestado – el uno con el otro –, y qué sucede durante la entrevista. En los siguientes párrafos, nos enfocaremos en los entrevistadores y en cómo monitorizar su trabajo.

738. El importante papel de un entrevistador en el éxito de una entrevista es un hallazgo de la investigación ampliamente aceptado, y esto es especialmente cierto en el caso de entrevistas telefónicas, ya que la comunicación no verbal y parcialmente verbal (p.ej. tono y timbre de voz, acento, entonación, exclamaciones, interjecciones, vocalizaciones neutrales, sonidos...) está ausente. Una forma posible de estudiar el efecto del entrevistador es utilizar un modelo estadístico multinivel de clasificación cruzada en el registro de datos en las oleadas anteriores de la encuesta o de encuestas similares en términos de metodología y contenido. El objetivo es separar el efecto del entrevistador de otras variables al analizar el índice de falta de respuesta parcial en secciones particulares. Los resultados de la aplicación de dichos modelos demuestran que el trabajo preliminar de los entrevistadores para crear la relación con los entrevistados es clave para predecir las respuestas de las preguntas delicadas.

739. Para una mejor definición de este trabajo, puede ser útil dividir la entrevista en dos segmentos. Primero, el contacto inicial, cuando el entrevistador trata de convencer al encuestado para participar. Y el segundo segmento es la entrevista real. La investigación sugiere que es más fácil predecir el éxito durante el primer segmento — el contacto inicial — que durante la entrevista en sí misma. En la última parte, se puede efectuar un control de calidad para registrar entrevistas y para escuchar una muestra de

éstas. O una sub-muestra de familias de la muestra puede ser contactada de nuevo para pedir que proporcione su opinión sobre la entrevista. Por razones de privacidad, generalmente no está permitido grabar las llamadas telefónicas. Sin embargo, es posible planear un esquema diario para recontactar a las familias entrevistadas y plantearles sólo unas cuantas preguntas. Otro control de calidad es la evaluación del comportamiento del entrevistador durante la entrevista; dicha evaluación puede llevarse a cabo mediante un seguimiento en el centro de llamadas, así como a través del número telefónico gratuito.

740. Los datos del control de calidad deben ser recogidos diariamente ya que la encuesta avanza rápidamente. Además, los datos obtenidos en los días iniciales de la encuesta (las respuestas al cuestionario) deben ser analizados, comparados con fuentes externas o ediciones previas de la encuesta, para que así cualquier distorsión en las frecuencias observadas puede ser detectado de inmediato. Esto es mucho más fácil si hay un sistema CAI de colección de datos.

741. Para el periodo entero de colección de datos, la actividad de los entrevistadores debe ser controlada constantemente mediante el análisis de informes específicos diarios con los indicadores calculados para cada encuestador individualmente. Estos estrictos controles no sólo supervisan el desempeño de los entrevistadores, sino también les proporcionan apoyo si éstos enfrentan situaciones particularmente complejas o difíciles.

742. Es importante recoger alguna información sobre las negativas. Debe incluirse un módulo específico de negativas/interrupciones a fin de obtener información sobre las razones de las negativas, la edad y género de la persona que se negó, el número de miembros en el hogar y su procedencia, si es posible.

743. Las herramientas que pueden ser utilizadas para monitorizar la calidad de la encuesta durante la fase de colección de datos incluye:

- Los indicadores que se pueden automatizar, actualizar diariamente y ser puestos a disposición en línea (si se utilizan sistemas asistidos por computadora);
- Tablas de control elaboradas diariamente;
- Asistencia diaria en el centro de llamadas, cuyo objetivo es supervisar y registrar los puntos débiles y fuertes, junto con otras observaciones sobre los entrevistadores, en una hoja de datos adecuada;
- La realización de llamadas telefónicas a una muestra de entrevistados elegida al azar para verificar algunos datos recogidos y obtener algunas notas sobre el entrevistador que condujo la entrevista;
- El número telefónico gratuito como una garantía de la encuesta para los ciudadanos, pero también como un instrumento para recoger observaciones y notas, dudas y quejas.

Indicadores cuantitativos sobre niveles de calidad

744. El sistema de monitorización es más fácil en las encuestas telefónicas debido a la centralización de la fase de recolección. En general, es más fácil para las encuestas CAI y más complejo para las encuestas PAPI y de modalidad postal. Los indicadores que pueden ser procesados están relacionados con cada fase de la entrevista⁶⁶: el contacto con la familia, la selección de la persona que será entrevistada y la entrevista real. Estos indicadores son útiles en la fase de monitorización, pero también para evaluar la calidad general de la encuesta y permitir la comparación de resultados con otras fuentes de datos. Por esta razón, su estandarización es muy importante. Estos indicadores son expresamente desarrollados para evaluar la idoneidad de la metodología adoptada y descubrir las situaciones problemáticas que necesitan ser abordadas rápidamente durante el proceso de la fase en sí. El análisis diario de los indicadores cuantitativos permite la continua monitorización para asegurar el cumplimiento de los estándares cualitativos fijados y la evaluación del desempeño de los entrevistadores, así como la retroalimentación de las personas de diferentes áreas geográficas, con el objetivo de controlar las especificidades culturales y sociales en el país.

745. Los índices garantizan un análisis profundo en todas las fases de la entrevista, los indicadores respecto al envío de cartas de introducción, la eficiencia de la programación de los planes de contacto con las familias y los resultados relativos (entrevista completa, interrupción, cita, falta de respuesta, negativa, no elegible...). Entre estos indicadores, los más importantes para monitorizar el trabajo de los entrevistadores son los índices de negativas e interrupciones, así como el manejo de citas con las

⁶⁶ AAPOR — American Association for Public Opinion Research — sugiere un sistema estandarizado de indicadores para Encuestas CATI, para vigilar que sean tan amplias como interesantes.

familias y los individuos. Muchos indicadores pueden ser creados para cada punto; para negativas, el más idóneo y comúnmente utilizado es el índice creado como un ratio entre las negativas y la cantidad total de entrevistas completadas, las entrevistas interrumpidas y las negativas como el denominador. Respecto a los problemas de la cobertura de población y la exactitud de las listas (censo) de población, así como la eficiencia los procedimientos establecidos para llegar a las familias, pueden ser producidos otros indicadores para estudiar estos aspectos, por ejemplo los índices “fuera del objetivo” y “sin contacto”.

746. Un aspecto más para calificar es la extensión de las entrevistas completadas. Sabiendo cuánto debe durar una entrevista completa, en general, ayuda a identificar los problemas de que una entrevista sea demasiado extensa o sea completada de manera apresurada. Esto señala las situaciones que pueden comprometer la calidad de los datos.

747. PAPI, CAPI, CASI y las encuestas postales se caracterizan por una organización más compleja dado que la fase de colección de datos está dispersa a través de varias zonas geográficas, en las que los entrevistadores son divididos en grupos coordinados por oficinas intermedias. Estas oficinas locales están ligadas a la oficina central, a veces a través de redes informáticas. Se pueden realizar los controles durante y después de la fase de recolección de datos. La monitorización de las entrevistas en progreso se realiza mediante la observación de los métodos, procedimientos y tiempos. La herramienta utilizada por el entrevistador y el campo de control puede ser una hoja de datos preparada para recoger los datos de los resultados de las familias, tales como negativas, interrupción, no elegibilidad, no alcanzable, que los entrevistadores envían a las oficinas locales.

748. Recientemente, algunas innovaciones han mejorado la fase de monitoreo para encuestas PAPI y CAPI, permitiendo la recolección precisa y en tiempo real de los datos en el proceso. Esto es, la Respuesta de Voz Interactiva donde, para cada contacto con una familia, se pide al entrevistador llenar una hoja de monitoreo transcribiendo los códigos de los resultados de los contactos (contactos hechos tanto por teléfono como en persona), dicha hoja es transmitida a un número telefónico central y almacenada en un sitio seguro de extranet, diseñado para este propósito, para facilitar el control de la calidad de los datos.

Tablas de control

749. El uso de tablas de control para monitorizar el proceso general de la encuesta es ahora una herramienta bien establecida y es una práctica recomendada para encuestas aplicadas utilizando las técnicas CATI o CAPI. Estas tablas, ampliamente utilizadas en la industria para el control de calidad estadística de procesos de producción, permite la verificación de la estabilidad de los procesos de campo y el cumplimiento con los estándares de calidad deseados. También pueden ser utilizadas para evaluar el resultado de las acciones correctivas eventualmente aplicadas para tomar el control del proceso, p.ej. corrección directa del entrevistador, reuniones informativas, nuevas secciones de capacitación.

750. Las tablas de control están basadas en las medidas diarias de los principales indicadores de calidad elaborados (índice de negativas, índice de interrupción, índice de no contacto, promedio de extensión de la encuesta...) y de acuerdo a diversas variables de tiempo: para cada día de recolección de datos, una semana, dos semanas, un mes, etc. Por lo tanto, las tendencias en la calidad de los datos de la encuesta puede ser analizada. Se pueden llevar a cabo estos análisis por área geográfica y por entrevistador.

751. Al analizar las tendencias, es importante evaluar el desempeño de los operadores de CATI, no sólo con respecto a sus capacidades de persuadir a una familia sino también de manejar adecuadamente la encuesta y su contenido. Por ejemplo, otro indicador que debe ser revisado es la capacidad de los entrevistadores para alentar la divulgación de los entrevistados.

La asistencia diaria y la hoja de datos del centro de llamadas

752. Una hoja de datos bien estructurada puede ser utilizada para analizar la entrevista, así como el comportamiento del entrevistador. Esta hoja sirve para diversos objetivos. Primero, debe registrar situaciones significativas que ocurrieron durante la entrevista que puedan influir en la calidad de los datos. En otras palabras, la hoja de calidad de datos debe estar estructurada para coleccionar cualquier problema en la entrevista real. Segundo, debe evaluar el nivel de profesionalismo y la habilidad general del entrevistador durante una entrevista. Analizar las capacidades del entrevistador es importante ya que permite un conocimiento inmediato sobre si éste aplicó el cuestionario completo, la relación establecida con el

encuestado, si el entrevistador llegó a involucrarse demasiado emocionalmente en la entrevista, así como si están manejando profesionalmente el rechazo u otras situaciones difíciles.

753. Comprender plenamente la relación entre el entrevistador y el entrevistado es de vital importancia ya que el modelo de análisis estadístico multinivel muestra una dependencia significativa en la falta de respuesta parcial con el comportamiento del entrevistador, especialmente al tratar con temas delicados. Una meta final de esta hoja de datos es documentar sistemáticamente y/o al azar los errores que puedan ocurrir durante una entrevista. Esto incluye el registro de la atmósfera del centro desde el cual se realizan las entrevistas.

754. Se recomienda que la evaluación de la entrevista se haga durante tres fases: la parte inicial de la entrevista, el desarrollo y el cierre. Para cada fase de la entrevista, el salón de monitoreo evaluará y registrará las respuestas a las preguntas abiertas y cerradas, expresando sus dudas, pensamientos y otras anotaciones. Se recomienda completar la hoja de calidad de datos diariamente mediante una cita con el personal de monitorización en el lugar donde los datos son colectados. Dadas estas recomendaciones, los problemas pueden ser identificados y remediados rápidamente.

RECUADRO 58: HOJA DE SEGUIMIENTO DE ENTREVISTADOS Y ENTREVISTADORES

Este es un extracto de la hoja de seguimiento de la Encuesta Italiana de Seguridad Ciudadana (año 2008). La hoja está organizada en diferentes partes y es completada por el personal de Istat durante la supervisión del trabajo. Cada hoja presenta observaciones sobre un solo entrevistador.

1. Contenido

La entrevistadora:	Sí	No	No pertinente
1. Describe el papel institucional de ISTAT, sus funciones y actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Informa al entrevistado sobre las leyes de secrecía y privacidad estadística	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Es hábil para motivar correcta y apropiadamente al enfrentar posibles negativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Está familiarizada con el contenido y puede responder las preguntas del encuestado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Usa la estrategia de la cita para evitar perder el contacto cuando hay problemas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Termina las llamadas telefónicas profesional y amablemente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Relación

La entrevistadora:	Sí	No	No pertinente
1. Es capaz de mantener el interés del encuestado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Interactúa positivamente con el encuestado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Controla sus propios sentimientos y emociones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Es capaz de escuchar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Aplicación del cuestionario

La entrevistadora (dé una calificación del 1 al 10):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. Repite las preguntas completas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. No tiene dificultades en codificar las respuestas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Ayuda discretamente en caso de dificultades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Mantiene el correcto equilibrio entre involucrarse y permanecer neutral	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Los recursos de comunicación

La entrevistadora:	Mucho	Suficiente	Poco	Nada
1. Domina el italiano	1	2	3	4
2. Usa interjecciones o exclamaciones	1	2	3	4
3. Cambia su tono de acuerdo a la situación	1	2	3	4

5. El estilo de la conducción de la encuesta y de la entrevistadora es:

(una respuesta por fila)						
Tranquilo	1	2	3	4	5	Agresivo
Seguro	1	2	3	4	5	Agitado
Cálido/confiado	1	2	3	4	5	Frío

6. (Si la llamada telefónica termina mal) la entrevistadora está:

Molesta	<input type="checkbox"/>
Ansiosa	<input type="checkbox"/>
Preocupada por ello, pero continua trabajando	<input type="checkbox"/>

Repetición de llamadas a las familias y hoja de nuevo contacto

755. Un segundo enfoque cualitativo de control de calidad de datos es contactar nuevamente a la familia y registrarlo en una hoja adecuada. Las familias son seleccionadas al azar, diariamente, para ser contactadas de nuevo y lo idóneo es reportar la información obtenida en una hoja de nuevo contacto. La hoja, primeramente, recoge la retroalimentación del encuestado sobre la encuesta y la entrevista. Segundo, recoge la opinión del encuestado sobre el profesionalismo del entrevistador. Tercero, la hoja de nuevo contacto recoge el juicio del encuestado con respecto a preguntas específicas y modalidades de respuesta. Cuarto, reúne información general de la familia a través del encuestado. Y finalmente, el encuestado revela si la entrevista fue realmente llevada a cabo, si fue aplicada totalmente y si fue conducida de manera adecuada. Si se generan problemas al contactar a las familias, se dará seguimiento intensivo a los entrevistadores responsables.

La hoja de número telefónico gratuito

756. Como se discutió en la Parte VI.A. (Minimizar la falta de respuesta), el número telefónico gratuito es una herramienta útil en la investigación de la encuesta. El número representa una valiosa oportunidad para obtener información adicional sobre la calidad del proceso de las entrevistas. Se recomienda que los operadores del número telefónico gratuito llenen una hoja para registrar y dar seguimiento a la información importante que pueda ser utilizada para propósitos de control de calidad. La hoja debe ser construida de manera que permita preguntas y respuestas recíprocas entre el encuestado y el operador. Además, el formulario debe reunir información de diversas fases del proceso de entrevista. La información colectada deberá incluir datos territoriales, direcciones y número telefónico de línea fija, características del encuestado, hora de la llamada y motivo de la llamada.

D. Referencias

- Bethlehem, J. and Schouten, B. (March 2004). *Non-response Analysis of the Integrated Survey on Living Conditions (POLS)*.
- Bethlehem, J. and Schouten, N. (May 2004). *Non-response adjustment in Households Survey*, Statistic Netherlands, Voorburg/Heerlen.
- Cobben, F. and Schouten, B. (2007). *A follow-up with basic questions of non-respondents to the Dutch Labour Force Survey*, Statistics Netherlands.
- Graham, D. (1977). *Response errors in the National Crime Survey: July 1974-June 1976*, U.S. Bureau of the Census.
- Iannucci, L., Quattrociochi, L. and Vitaletti, S. (1998). 'A quality control approach to CATI operations in Safety of Citizens' Survey: the non-response and substitutions rates monitoring', in NTTS '98 International Seminar on New Techniques & Technologies for Statistics, Sorrento, November 4/6, pp. 247-252.
- ISTAT, (2005). *Il monitoraggio del processo e la stima dell'errore nelle indagini telefoniche* (Monitoring the process and the estimate of errors in phone surveys), Metodi e Norme No. 25.
- Muratore M. G., Grassia M. G., Martini A. and Piergentili P. (2002) 'Final definitions of Case Codes and Outcome Rates for ISTAT CATI Surveys', paper presented at The International Conference on Improving Surveys (ICIS), Copenhagen, August.
- Muratore, M. G., Signore, M., Tagliacozzo, G. and Bocci, L. (2002). 'The interviewer effect on the data collection of sensitive questions', Proceedings of Riunione Scientifica della SIS, Università Milano – Bicocca 5-7.
- Muratore, M. G., Quattrociochi, L. (1999) 'A new quality approach for telephone survey: from interviewers training to daily monitoring system to prevent and to measure non-response' paper presented at the Joint Program in Survey Methodology (www.jpsm.umd.edu).
- Quattrociochi L. and S. Vitaletti (1998), 'Instruments for awakening interest and for reducing non-responses by sample households in the telephone surveys on Citizens' Safety', in NTTS '98 International Seminar on New Techniques & Technologies for Statistics, Sorrento, November 4/6, pp. 441-446.

Quattrociochi, L. and Sabbadini, L.L. (1998). 'Telephone surveys, new problems and new solutions in monitoring data quality: the Italian experience', in NTTS '98 International Seminar on New Techniques & Technologies for Statistics, Sorrento, November 4/6, pp. 101-108.

The American Association for Public Opinion Research. (2000). *Standard Definitions: Final Dispositions of Case Codes and Outcome Rates for Surveys*. Ann Arbor, Michigan: AAPOR.

U.S. Bureau of the Census, (1989). *Results of the non sampling error measurement survey of field interviewers*.

CAPÍTULO VII. PROCESAMIENTO DE DATOS, ESTIMACIONES Y ANÁLISIS

757. El capítulo VII del manual examina el procesamiento de datos, incluyendo la transferencia de datos desde el cuestionario, los procesos de codificación, la verificación y la edición. Se estudian las maneras en las que los datos de las encuestas de victimización pueden ser analizados y presentados, incluyendo cómo deben ser interpretados con el fin de comunicar hallazgos y resultados clave.

A. Procesamiento de datos y estimación

758. El procesamiento de datos incluye la transferencia de datos incluidos en el cuestionario a los archivos de datos listos para el análisis, los procesos de codificación, verificación y edición de datos. La naturaleza del procesamiento de datos dependerá de la manera en la que los datos han sido recogidos. Los cuestionarios en papel requerirán un procesamiento de datos considerable luego de la entrevista, mientras que las entrevistas asistidas por computadora incluyen muchos de los procesos de verificación durante la entrevista. Esta sección revisa algunos de los componentes clave del procesamiento de datos incluyendo la transferencia de datos a los archivos, los asuntos de seguridad, la verificación de datos y su edición.

Transferencia a los archivos de datos y asuntos de seguridad

759. Una vez que la entrevista ha sido completada, se requiere de acuerdos de seguridad para devolver las entrevistas a la oficina central. Los nombres y las direcciones de los encuestados deben ser devueltos por separado para garantizar la confidencialidad. También será necesaria una verificación completa del sistema para garantizar que todas las muestras emitidas sean contabilizadas.

760. Las entrevistas en papel requieren de que los datos sean puestos en clave o digitalizados en un programa adecuado de entrada de datos, o directamente en alguno de los programas principales de análisis de encuestas. Los programas de análisis de encuestas comúnmente utilizados para este propósito incluyen SPSS, STATA y SAS (también hay programas alternativos de libre distribución tales como EpiData). La entrada de datos debe ser controlada mediante procesos de doble entrada o utilizando instalaciones dentro de los programas. Es necesario hacer algunas disposiciones para los casos incluidos en la muestra que no produjeron una entrevista, para que las cifras de respuesta puedan ser calculadas.

761. El proceso inicial para CAPI y CATI (entrevistas telefónicas asistidas por computadora) es diferente. Los datos obtenidos de una entrevista telefónica serán recogidos centralmente (aunque pueden requerir una transferencia interna a un archivo de datos principal). En contraste, los datos de una entrevista personal asistida por computadora necesitarán ser transferidos de la computadora portátil del entrevistador a un archivo de datos centralizado. Las entrevistas completadas utilizando CAPI pueden ser devueltas electrónicamente vía modem directamente a la oficina central mediante un acuerdo de intranet u otro medio, como una unidad de disco de computadora. Las medidas de seguridad son esenciales para todo tipo de transferencia electrónica. El acceso no autorizado a los datos personales se evita mediante un sistema de protección bajo un nombre de usuario y una contraseña. Además, todas las computadoras portátiles deben tener un software antivirus.

762. Todos los detalles personales del encuestado (es decir, nombre, dirección, teléfono) deben ser almacenados en archivos encriptados y transmitidos por separado de los archivos principales, a fin de garantizar la privacidad de los datos y la seguridad del entrevistado.

763. Tanto para entrevistas en papel como para entrevistas asistidas por computadora, se debe crear una copia de respaldo durante cada etapa del proceso y mantenerla separada del archivo principal de datos. Esto incluye los archivos de las computadoras portátiles de los entrevistadores. Los archivos de datos deben ser creados y almacenados por separado de los servidores principales de CAPI o de los documentos originales de las entrevistas.

764. Todo el personal de base relacionado con la encuesta debe ser exhortado a acatar las políticas y los estándares de seguridad de la información. Además, debe haber planes de contingencia para casos de desastres mayores.

Verificación de datos

765. Una vez los datos recibidos, el siguiente paso importante es la verificación. Esto incluye verificaciones de rango, lógica y consistencia. Para documentos de entrevistas, esto se puede ejecutar a mano

o una vez que los datos hayan sido ingresados a un programa adecuado. El uso de CAI (Entrevistas asistidas por computadora) suprime muchos de los requisitos para las verificaciones de edición posteriores al trabajo de campo. En la medida de lo posible, este tipo de control puede ser incorporado al programa CAI. Este enfoque es preferible metodológicamente para la edición posterior al trabajo de campo, ya que el entrevistador puede resolver cualquier inconsistencia durante la entrevista. Sin embargo, dado que las verificaciones requieren referencias de las fuentes externas de datos, y que las cuestiones de tiempo y el flujo de las entrevistas significan que hay un límite para el número de verificaciones del programa, es deseable realizar ciertos controles de edición en la oficina central.

RECUADRO 59: EJEMPLOS DE REVISIONES QUE PUEDEN LLEVARSE A CABO EN VARIAS ETAPAS DEL PROCESO

- Revisar cada pregunta en el análisis de los datos del archivo contra los recuentos de frecuencia que son producidos directamente de CAI o la base de datos inicial de entrada de datos. Esto es para asegurarse de que los números en el archivo de análisis coinciden con los número de la base de datos real y que no ha ocurrido corrupción o errores durante la creación del archivo de análisis.
- Revisar cada pregunta en el archivo de datos de análisis para asegurarse de que el número de base es consistente con lo esperado con base en el filtro de dicha pregunta. Las preguntas también deben ser revisadas para asegurarse de que los códigos “no sé” y “se negó” sean correctos y que la etiquetación sea correcta.
- Donde haya más de un archivo por caso (por ejemplo, donde haya archivos separados para cada victimización experimentada por el encuestado) revisar la consistencia entre los archivos para asegurarse de que éstos contienen registros de los mismos casos.
- Si la encuesta es repetida, compara las distribuciones de las variables clave para iteraciones anteriores. Si cualquier gran cambio en las distribuciones es detectado, una revisión más detallada será necesaria para determinar por qué existen estas diferencias.
- Además de las revisiones de consistencia estándar, se aconsejan revisiones adicionales de la codificación de infracciones. Por ejemplo, si durante una victimización, los datos revelan un incendio provocado pero no se registró fuego, se requiere de una nueva revisión. Igualmente, si durante un incidente, los datos muestran un robo de auto pero también muestran que nada ha sido robado, deben hacerse nuevas revisiones. O si durante una victimización, se anota que un delito ocurrió en el lugar de trabajo del encuestado, pero éste está categorizado como “sin trabajo”, esto requiere atención adicional. Obviamente, este tipo de revisión de consistencia está limitada por los recursos. Incluso con una revisión extensa y grandes recursos, es probable que el conjunto de datos nunca sea totalmente consistente.
- Si los datos han sido ponderados entonces se requerirá de revisiones para asegurarse de que las ponderaciones han sido calculadas correctamente.

766. Las revisiones de edición discutidas arriba también son una parte clave para asegurarse de que no ha habido pérdida de datos recogidos en entrevista.

767. En cada etapa de la revisión, los datos pueden ser editados para asegurar la consistencia pero la extensión de edición que puede ser alcanzada está limitada por los recursos. La edición de datos se refiere a la identificación y, si es posible, la corrección de datos erróneos o altamente sospechosos.

RECUADRO 60: EJEMPLOS DE ERRORES QUE PUEDEN SURGIR EN LOS DATOS

Errores de cobertura (derivados de la omisión o duplicación de respuestas)

- registros duplicados
- pérdida de registros
- sondeo incompleto

Errores de contenido (derivados de informes o registros incorrectos)

- errores en el diseño del cuestionario, como una inadecuada redacción de las preguntas
- mal-interpretaciones de las preguntas por los encuestados
- claves erróneas durante la entrada de datos
- respuestas fuera de rango o no válidas (p.ej. edad reportada: 130 años)
- unidades incorrectas (p.ej. respuestas dadas en días en vez de semanas)
- escalas incorrectas (elementos numéricos expresados en miles en lugar de millones)
- elementos de datos inconsistentes (p.ej. la edad de un menor proporcionada cuando el número de niños declarado fue cero)
- fallas al seguir los patrones de salto
- balances incorrectos (p.ej. la suma de las partes en elementos numéricos no es igual al total)

768. El uso eficaz y apropiado de los procedimientos de edición de datos está diseñado para minimizar estos errores y así mejorar la calidad y precisión de los datos de la encuesta. Además, los errores constantes en los datos de la encuesta pueden ser identificados y pueden sugerir problemas con el diseño del cuestionario o la técnica del entrevistador, por ejemplo. Identificar las razones detrás de estos errores mejorará las futuras ondas de la encuesta.

769. El proceso de edición de datos se da durante y después de la fase de recolección de datos, pero por lo general, antes de cualquier imputación o análisis. Las actividades asociadas con el proceso de edición de datos incluyen lo siguiente:

- La micro-edición es para la validez y consistencia de los campos de datos individuales, los campos dentro de un registro y las relaciones entre registros individuales (p.ej. los datos están dentro de los límites aceptables, revisiones de ratio, comparaciones de datos con ondas de encuestas anteriores).
- La macroedición es para los datos agregados (ya sea a toda la encuesta o a un subconjunto de encuestados) y para evaluar la importancia de las sospechas de error.

770. Los procedimientos de edición de datos va desde lo simple, como la revisión de respuestas fuera de rango, a lo más complejo, como la identificación de inconsistencias en las respuestas de grupos particulares de encuestados. Sin embargo, hay muchos elementos genéricos para los procedimientos que pueden ser seguidos, también hay reglas específicas que deben ser desarrolladas e implementadas, relacionadas específicamente con la encuesta de victimización.

Imputación

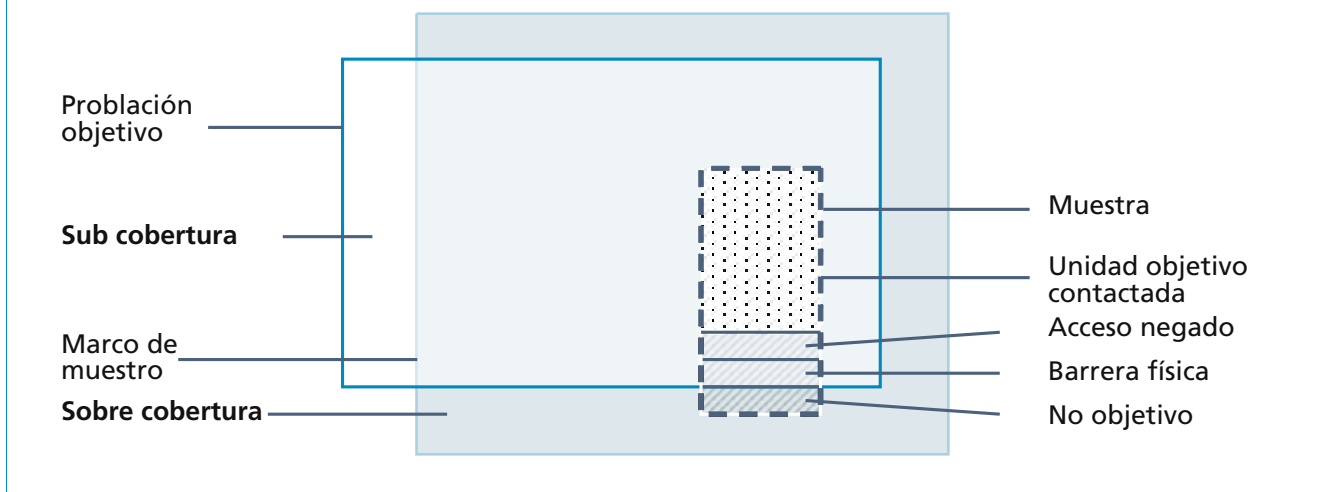
771. La imputación es una técnica de corrección utilizada para algunos tipos de elementos con falta de respuesta. La imputación implica la sustitución de algunos datos válidos por datos no válidos o faltantes para variables individuales de la encuesta. La imputación es generalmente utilizada en las encuestas para garantizar que las variables clave, como edad, género o raza tengan entradas válidas. Dichas variables son a menudo utilizadas para la ponderación o el análisis que requiere entradas válidas para todos los casos de la muestra. La imputación generalmente se hace de manera sistemática. En la imputación de cubierta inmediata, una técnica comúnmente utilizada, cuando la computadora encuentra un valor faltante, ingresa en su lugar el mismo valor designado en el caso anterior. Esta técnica es utilizada porque sostiene la distribución general de los casos válidos en el conjunto de datos. Por ejemplo, si el género del encuestado no fue ingresado en el formulario de la encuesta para un caso, el programa de la computadora puede programarse para buscar el caso anteriormente procesado. Si el género del encuestado anterior fue “masculino”, entonces insertará “masculino” en el caso imputado.

772. Hay otras técnicas que pueden ser utilizadas para imputar valores faltantes de la encuesta. Dos ejemplos son la imputación de regresión y la imputación múltiple. La imputación de regresión utiliza datos no faltantes para predecir los valores de los datos faltantes. La imputación múltiple genera un número de valores plausibles para cada elemento faltante en el conjunto de datos y después analiza los conjuntos de valores imputados utilizando técnicas analíticas estándares.

Estimación y ponderación de datos

773. La Ilustración 8 muestra que las estimaciones basadas en las unidades de muestra objetivo se aplican a la población muestreada sin supuestos adicionales, pero pueden ser aplicada a la porción de población objetivo dentro del marco de la muestra sólo si es posible suponer que el acceso denegado, el objetivo no muestreado, etc., las unidades se produjeron aleatoria e independientemente de las características de unidad, especialmente aquellas de interés. Además de los supuestos anteriores, las estimaciones para la población objetivo también requieren que las porciones de la población objetivo que no están incluidas en el marco de la muestra tengan las mismas características que la población muestreada.

774. Las estimaciones de las encuestas de victimización son tanto totales (número de víctimas), índices y proporciones como enumeración de los eventos (número de delitos experimentados). Teniendo en cuenta un diseño muestral complejo, como es común para las encuestas de victimización (muestra estratificada, por ejemplo), las estimaciones están basadas en estimadores de calibración, que toman en cuenta el peso de cada unidad, también considerando la estratificación, a fin de reproducir algún total significativo para la población objetivo.

Figura 8: Población objetivo — Marco — Muestra — Estimaciones


775. Los datos de la muestra son obstaculizados por diferentes clases de sesgo. A fin de corregir dichos sesgos, se aplica la ponderación. El objetivo de la ponderación es producir estimaciones que correspondan a los parámetros reales en la población objetivo lo más estrechamente posible. Los pesos son calculados para corregir el sesgo de muestreo debido a muestras no totalmente representativas de la población objetivo y a la falta de respuesta.

776. Los pesos son inicialmente definidos como la inversa de la probabilidad de inclusión de cada unidad. Estos son subsecuentemente corregidos por un factor calculado ex post facto para tener en cuenta la falta de respuesta y la lista de problemas, y las principales características demográficas y sociales de la población objetivo, como la edad, género, nivel de educación, estado civil, tipo y tamaño de las familias, de acuerdo a los índices del censo anterior actualizado a partir de estadísticas vitales u otros datos confiables de encuesta de población. La ponderación puede a menudo ser un ejercicio altamente sofisticado, dependiendo de la complejidad del marco de muestra aplicado. Lo que no puede lograr es corregir errores sistemáticos como la falta de respuesta, cuando ésta se relaciona con el riesgo de victimización y otras características relevantes de la población objetivo.

777. El factor de corrección que se multiplica por el peso inicial es obtenido mediante la solución de un problema de un mínimo de restricciones. La función para reducir al mínimo es la distancia entre los pesos iniciales y los finales. Las restricciones son definidas igualando los totales de las características de la población – tales como distribución por edad, género, nivel de educación, estado civil – con los totales correspondientes estimados ponderando los datos de la muestra mediante los pesos iniciales (los pesos iniciales son la inversa de la probabilidad de inclusión de cada unidad).

778. Los sesgos de muestras telefónicas debidos a una sub o sobre cobertura de las listas son parcialmente corregido por la ponderación, según lo indicado. De hecho si, por ejemplo, la falta de respuesta causa la pérdida de entrevistas a mujeres, los pesos de post estratificación inflan los pesos iniciales a fin de tomar en cuenta dicha sub-cobertura, con base en el supuesto de que las mujeres que se perdieron se comportan más o menos que las que sí se observaron.

779. Considerando un total dY referido al área territorial d, la estimación final será:

$${}_d\hat{Y} = \sum_{h=1}^{H_d} \hat{Y}_h = \sum_{h=1}^{H_d} \sum_{j=1}^{m_h} Y_{hj} \cdot W_{hj} \text{ donde } Y_{hj} \text{ y } W_{hj} \text{ son respectivamente el valor de Y y el peso del individuo muestreado en la familia j de estrato h.}$$

780. La mejor opción sería basarse en los datos del censo para corregir los pesos, considerando los totales correspondientes para hacer las restricciones a los pesos finales. Sin embargo, las estimaciones confiables de otras muestras de encuestas, como encuestas cara a cara, pueden ser útiles.

RECUADRO 61: PROCEDIMIENTO DE ESTIMACIÓN DE LA US NCVS

Las estimaciones anuales de los niveles e índices de victimización son derivadas por acumulación de estimaciones trimestrales. Los pesos de todos los delitos reportados durante las entrevistas en el año de referencia son totalizados, independientemente de cuándo ocurrió el delito. La base para recoger el índice anual de delitos contra personas es la suma de todos los pesos de las personas. Del mismo modo, la base para los índices de delito de propiedad es la suma de todos los pesos de los hogares.

El procedimiento de estimación empieza con la aplicación de un peso base para los datos de cada individuo entrevistado. El peso base es recíproco a la probabilidad de cada selección de unidad para la muestra, y proporciona una medida aproximada de la población representada por cada persona en la muestra. A continuación, se hace un ajuste para tener en cuenta los hogares y los individuos que fueron seleccionados para la encuesta pero que no estuvieron disponibles para la entrevista.

Además de ajustar las probabilidades desiguales de selección y observación, el peso final también incluye un ajuste de ratio para conocer los totales de la población con base en el recuento ajustado del censo de 1990. Específicamente, el peso de persona final es el producto de los valores de los siguientes seis pesos de componentes; el peso final de hogar es el producto de todos los componentes excepto del componente de ajuste 'falta de entrevista dentro del hogar', detallado a continuación:

Probabilidades de selección

- Peso de base: el inverso de probabilidad de la unidad de muestra de la selección.
- Factor de control de ponderación: ajustes para cualquier sub-muestra debido a eventos inesperados en el campo, tales como el crecimiento inusualmente alto en la nueva construcción, segmentos de área más largos que lo anticipado y otras desviaciones del índice general del estrato muestreado.

Probabilidades de observación (sin respuesta)

- Ajustes de no entrevista a familias: los ajustes para falta de respuesta a nivel de familias mediante la inflación del peso asignado a las familias entrevistadas para que se representen a sí mismas y a las familias no entrevistadas.
- Dentro de un ajuste de familia no entrevistada: los ajustes por falta de respuesta a nivel de persona mediante la inflación del peso asignado a las personas entrevistadas para que se representen a sí mismas y a las faltantes de entrevista.

Post-ajuste al ratio de estratificación para conocer los totales de la población

La distribución de la muestra de población puede ser algo diferente de la población total en términos de edad, raza, sexo, residencia y otras características. Debido a esto, dos etapas de estimación de ratio se emplean para llevar a las dos distribuciones a un acuerdo más cercano, lo que reduce la variabilidad de las estimaciones de la muestra.

- Factor de la primera etapa: la primera etapa de estimación de ratio es aplicada únicamente a la auto-representación de PSUs. El propósito es reducir el error de muestreo causado por la selección de un PSU para representar un estrato entero. Esto ajusta las diferencias de raza y zona de residencia entre la muestra no auto representada PSU y la población no auto representada PSU (para PSU auto representada este factor se establece en 1).
- Factor de la segunda etapa: la segunda etapa de estimación de ratio es aplicada sobre una base individual para llevar la distribución de los individuos en la muestra a un acuerdo más cercano con las estimaciones actuales independientes de la población de acuerdo a las características de edad, sexo y raza. Este factor está definido por cada persona a ser ajustada para las diferencias entre recuentos de ponderación de personas (utilizando los cinco componentes de peso anteriores) y estimaciones independientes del número de personas, dentro de las celdas definidas. Estas estimaciones independientes son proyecciones basadas en los controles del censo de población de 2000 ajustados para el sub-recuento (recuento demasiado bajo).

Para delitos del hogar, las características de la esposa, en un hogar formado por esposa y esposo, y las características de la cabeza de familia en otros tipos de familia son utilizadas para determinar los factores de ajuste de ratio. Este procedimiento es más preciso que la simple utilización de las características de la cabeza de familia ya que la cobertura de la muestra es generalmente mejor en el caso de las mujeres que en el de los hombres.

Para las estimaciones que implican *incidentes* más que *victimizaciones*, se hacen nuevos ajustes para aquellos casos en los que un incidente implicó a más de una persona. Estos incidentes tienen más de una oportunidad de ser incluidos en la muestra, así cada victimización múltiple es reducida por el número de víctimas. De esta forma, si dos personas son victimizadas durante el mismo incidente, el peso asignado a ese incidente es el peso de la persona reducido a la mitad para que el incidente no pueda ser contado dos veces. Sin embargo, los detalles de los resultados de los eventos en relación con la víctima son reflejados en los resultados de la encuesta. Ningún ajuste es necesario al estimar los datos de delitos del hogar porque cada delito por separado se define como de una única familia.

B. Análisis y presentación

781. El análisis de datos es el proceso de transformación de datos brutos en información útil que a menudo es presentada en forma de un artículo analítico publicado. Los pasos básicos en el proceso analítico consiste en identificar un asunto, planteando preguntas significativas relacionadas, contestando preguntas a través del examen y la interpretación de los datos y comunicando los hallazgos clave y los resultados al usuario final.

Principios

782. Una organización que desarrolla una encuesta de víctimas debe estar consciente de la relevancia y la utilidad de la información contenida en los datos. El análisis es la principal herramienta para obtener la información de los datos. Los resultados del análisis pueden ser categorizados en dos tipos generales: (a) resultados descriptivos, que son aquellos relativos a la población de la encuesta al momento en que los datos fueron recopilados — por ejemplo, el índice de población que reporta agresiones físicas para el año en que la población fue encuestada; y (b) resultados analíticos relativos a la población de la encuesta que a menudo va más allá de la población encuestada real — por ejemplo, el riesgo de que alguien sea víctima de un asalto sexual.

783. Para ser eficaz, el analista necesita conocer al público y las cuestiones de interés (tanto las actuales como las que puedan surgir a futuro) al identificar los temas de víctimas y las formas idóneas de presentar los resultados. El estudio de la información de fondo permite al analista elegir las fuentes de datos apropiadas y los métodos estadísticos para influir en el análisis. Toda conclusión presentada en un estudio analítico, incluyendo aquellas que puedan impactar a la opinión pública, deben de estar soportadas por los datos analizados.

784. El análisis de datos tiene un importante papel como parte del desarrollo de la encuesta y el proceso de revisión. Éste puede tener un impacto crucial en la calidad de los datos al ayudar a identificar los problemas en la calidad de los datos y al influir en futuras mejoras para el proceso de la encuesta, incluyendo la redacción de preguntas, el flujo del cuestionario, el enfoque y la metodología. El análisis es esencial para entender los resultados de encuestas previas y estudios piloto, para planificar nuevas actividades estadísticas, para proporcionar información en las lagunas de datos, para diseñar encuestas, y para formular los objetivos de calidad.

785. El propósito principal del análisis estadístico, sin embargo, es incrementar la concisión, claridad y objetividad con las que los resultados son presentados e interpretados. La estadística es utilizada a diario para ayudarnos a profundizar en cuestiones que afectan nuestras vidas. El análisis de datos es el proceso de transformar los datos brutos en información útil que a menudo se presenta en forma de un artículo analítico publicado.

786. El análisis conducido por una organización nacional de estadística debe ser relevante y tener credibilidad. Los analistas deben alcanzar el equilibrio entre la necesidad de ser informativos y apoyar a los responsables políticos en la toma de decisiones y la necesidad de evitar sesgos políticos. Además, los contenidos de los informes analíticos deben permanecer neutrales y objetivos para evitar especulaciones y discutir únicamente los resultados que puedan ser sustentados por los hechos estadísticos.

787. El proceso de análisis implica un número de pasos que incluye: identificar un problema; plantear preguntas significativas y relevantes; intentar contestar esas preguntas mediante el entendimiento, examen e interpretación de los datos y comunicar los hallazgos clave y los resultados al usuario de los datos.

Identificar un problema/plantear preguntas significativas y relevantes

788. El proceso analítico empieza con la identificación de problemas específicos a ser abordados y las preguntas relevantes a ser contestadas. Las preguntas principales son a menudo identificadas en la etapa de diseño de la encuesta y definidas a través de los objetivos de ésta. Una organización a cargo del desarrollo de una encuesta de víctimas debe estar consciente de la relevancia y utilidad de la información y tener un entendimiento de los resultados analíticos que serán obtenidos de los datos una vez que hayan sido colectados.

789. Según lo descrito en la sección III, el analista debe tener un profundo conocimiento del público y los asuntos claves de interés en las áreas de victimización (tanto los actuales como aquellos que pudieran surgir a futuro) al identificar los temas y las formas apropiadas de presentar los resultados.

Realización de investigaciones y consultas con expertos tanto en el material como en los métodos estadísticos permite al analista elegir datos relevantes y apropiados y los métodos para describir el análisis. Toda conclusión presentada en un informe analítico, incluyendo aquellos que puedan impactar en el desarrollo de políticas o de programas, debe estar sustentada por los datos analizados.

790. Antes de empezar el análisis, es importante considerar algunas cuestiones preliminares como: ‘¿Qué problema estoy abordando? ¿Qué datos estoy utilizando? ¿Cuáles son las limitaciones de mis datos? ¿Cuáles métodos analíticos son los apropiados? ¿Qué resultados quiero destacar? ¿Cuáles son mis hallazgos clave?’ Estas preguntas pueden ser exploradas mediante la creación de un esquema de informe.

Entender, examinar e interpretar los datos

791. También es importante para un analista tener un profundo entendimiento de los conceptos de la encuesta, la metodología y la calidad de los datos. La conciencia de las fortalezas y las limitaciones de los datos, y cómo pueden ser utilizados y analizados eficazmente será particularmente importante al hacer comparaciones con datos de otras encuestas o fuentes de información y para sacar conclusiones respecto a cambios en los tiempos, las diferencias entre las áreas geográficas o las diferencias entre los sub-grupos de la población objetivo.

792. El diseño de la muestra de la encuesta es de particular importancia para el analista dado que éste afecta los procedimientos de estimación y el cálculo de la varianza que deben ser utilizados. Por ejemplo, si es utilizado un diseño estratificado y hay diferencias significativas en el muestreo entre áreas geográficas, algunas áreas estarán sobre representadas en la muestra (en relación con su población), mientras que otras estarán relativamente sub representadas; esto significa que la muestra no es representativa de la población objetivo. El analista debe utilizar ponderaciones de la encuesta al producir estimaciones o realizar análisis a fin de contar tanto como sea posible para la sobre o la sub representación de diversos grupos.

793. A fin de empezar a examinar los datos, las respuestas de la encuesta deben ser ingresadas en un archivo de datos de un programa de análisis como Excel, Access, SPSS o SAS, que pueden realizar análisis estadísticos y crear tablas y gráficos. Estos datos pueden a menudo ser importados desde las encuestas electrónicas directamente al software de análisis.

794. Una vez que los datos son accesibles a través de un programa de análisis, y antes de la creación de tablas y gráficos, puede ser importante examinar las respuestas abiertas de la encuesta para identificar temas generales y excepciones de tendencias. Con preguntas de respuesta corta, es posible obtener información básica sobre las frecuencias de respuesta mediante la categorización de respuestas, la asignación de un código numérico a cada categoría y en ingreso de códigos al programa de análisis estadístico.

795. Puede ser necesario para recodificar ciertas respuestas para preguntas que tienen la opción de respuesta abierta ‘otro’. Por ejemplo, una persona puede responder la pregunta, ‘¿Usted cree que este incidente cometido en contra suya puede ser considerado como un crimen de odio?’ con ‘Sí’ y luego al preguntar si éste fue debido a odio hacia su género, raza/origen étnico, religión, orientación sexual, edad, discapacidad, idioma u otro, el encuestado puede seleccionar ‘otro’ e indicar ‘Soy chino’. Para mantener consistencia, codificar las respuestas como ‘raza/origen étnico’ en lugar de ‘otro’. Durante la recodificación, las categorías pueden colapsar y se pueden crear nuevas variables para el análisis.

796. Es importante seleccionar un método analítico que sea adecuado a la pregunta que está siendo investigada. Los resultados estadísticos pueden ser categorizados en dos tipos generales: resultados descriptivos y resultados analíticos. Los resultados descriptivos relativos a la población de la encuesta al momento que los datos fueron colectados — por ejemplo, el índice de población que experimentó un incidente de victimización delictiva durante el periodo en que la población fue encuestada. Los resultados analíticos pueden ir de simples a complejos y a menudo van más allá de la población real de la encuesta. Éstos pueden incluir por ejemplo, examinar el riesgo de una persona víctima de un tipo de delito en particular; explorar las relaciones o diferencias entre las poblaciones; o examinar los efectos independientes de ciertas variables en resultados particulares.

797. Un ejemplo de obtención de resultados descriptivos involucra el cálculo de frecuencia de respuestas y porcentajes de una pregunta de la encuesta en particular. La tabla 14 presenta la proporción de aquellos que experimentaron una victimización delictiva en el periodo de referencia de la encuesta.

Tabla 14: Proporción de la población que experimentó una o más victimizaciones delictivas en los pasados 12 meses

Victimizado una vez	17%
Victimizado dos veces	5%
Victimizado tres veces	5%
No victimizado	73%

798. Un ejemplo de obtención resultados analíticos simples implica el cálculo de las tabulaciones cruzadas para examinar las relaciones entre las respuestas a dos preguntas de la encuesta. Por ejemplo, usted puede cruzar la tabulación del estatus aborigen del encuestado con la proporción de la población que experimentó una victimización en el periodo de referencia de la encuesta (Tabla 15).

Tabla 15: Proporción de la población que experimentó una victimización delictiva en los pasados 12 meses por estatus aborígenes

	Aborigen	No aborigen
Victimizado una o más veces	40%	28%
No victimizado	60%	72%

799. Las tabulaciones cruzadas pueden remarcar los contrastes entre grupos de participantes o hallazgos consistentes a través de los grupos. Las preguntas de investigación ayudarán al analista a seleccionar qué tabulaciones cruzadas calcular.

800. Hay algunas limitaciones para los análisis descriptivos simples. Por ejemplo, no pueden dar cuenta de la posibilidad de que haya otros factores que pudieran estar relacionados con las diferencias entre los grupos. Técnicas y enfoques de análisis estadísticos más avanzados pueden explorar a profundidad asuntos tales como correlaciones y efectos independientes.

801. Un ejemplo de técnica estadística más avanzada sería el uso de análisis multi-variante llevado a cabo mediante una regresión logística. Este análisis explora el efecto independiente de un número de variables mientras mantiene la constante o el control de otros efectos. Por ejemplo, examinando las variables de género, edad, estado civil y actividad principal juntas en un modelo estadístico, determinamos que cuando los efectos de todos los factores están controlados, ser joven es por mucho el más fuerte predictor de victimización violenta. También podríamos determinar que mientras ciertas variables pueden parecer estar relacionadas al riesgo de victimización en un análisis bivariable, éstas no son significativas en un modelo multi-variante.

802. Independientemente de otros enfoques analíticos, los datos deben ser organizados, resumidos y presentados adecuadamente a fin de abordar problemas especiales, proporcionar respuestas apropiadas y ayudar a informar las políticas y hacer recomendaciones. Los resultados deben ser presentados con detalle suficiente para dar atención a su significado, sin proporcionar información innecesaria.

Comunicación de hallazgos clave y resultados

803. Después de que el análisis es llevado a cabo, los resultados pueden ser interpretados y comunicados de manera que proporcionen respuestas a la(s) pregunta(s) original(es). Esta interpretación debe ser relevante, precisa y coherente. Además, es importante garantizar que las intenciones establecidas en la introducción sean abordadas por el resto del informe y que las conclusiones sean consistentes con las evidencias.

804. Es importante que el autor se cerciore de que los supuestos detrás del análisis estadístico se hayan cumplido suficientemente. En casos en los que se hacen supuestos, se utilizan procedimientos, o se involucran tipos inusuales de datos, se debe proporcionar al lector la información suficiente para determinar si cualquier desviación de los supuestos es lo suficientemente importante para afectar las conclusiones.

RECUADRO 62: COMUNICACIÓN DE HALLAZGOS CLAVE Y RESULTADOS

El informe Estadístico de Lineamientos de Calidad de Canadá establece algunas recomendaciones que pueden ayudar en la comunicación de hallazgos clave y resultados. Esto incluye:

- Enfocar el artículo en las variables y los temas importantes. Intentar abordar demasiadas cuestiones a menudo interfiere con una línea argumental firme.
- Organizar las ideas en un orden lógico y en orden de relevancia o importancia.
- Usar encabezados y sub-encabezados para mejorar la organización del artículo.
- Mantener el lenguaje tan simple como el tema lo permita. Dependiendo del público objetivo del artículo, cierta pérdida de precisión puede a veces compensar un texto más legible.
- Usar gráficos además de texto y tablas para comunicar el mensaje. Componer gráficos cuidadosamente a menudo permite al lector entender los resultados de manera clara y simple.
- Usar encabezados que capturen el significado (p.ej. 'Estado civil ligado a victimización violenta') es preferible a los tradicionales títulos de las tablas (p.ej. 'Índices de victimización violenta por estado civil'), esto ayuda a los lectores a entender la información de las tablas y cuadros discutida en el texto.
- Al utilizar tablas, cuidar que el formato general contribuya a la claridad de los datos en la tablas y previene la mal-interpretación. Esto incluye el espaciado; la redacción, la ubicación y apariencia de los títulos; encabezados de filas y columnas y el etiquetado de otros.
- Explicar las prácticas de redondeo o los procedimientos. En la presentación de datos redondeados, no utilizar cifras más significativas que consistentes con la precisión de los datos.
- Al presentar detalles sobre índices, ser cuidadoso al distinguir entre cambio de porcentaje y cambio en puntos porcentuales. Definir la base utilizada para los índices.
- Asegurarse de que todas las referencias sean precisas y aparezcan en el texto.
- Tener cuidado de enfocarse en tendencias a corto plazo sin inspeccionarlas a la luz de las tendencias de mediano y largo aplazo. Con frecuencia, las tendencias a corto plazo son meramente fluctuaciones menores alrededor de una tendencia más importante de mediano/largo plazo.
- Evitar sacar conclusiones basadas en la casualidad.
- Revisar si hay errores en el artículo.

805. Se deben utilizar métodos estadísticos rigurosos para garantizar que los datos liberados son de la más alta calidad. Esto a menudo significa que el lector de un informe analítico debe recibir información sobre la significación de los resultados (p.ej. errores estándar, intervalos de confianza o pruebas de significación). Esto también significa que técnicas de estadística apropiadas deben ser utilizadas para contestar una pregunta de investigación. Finalmente, esto significa que el uso de nombres estándares y definiciones para las poblaciones, unidades de estadística, conceptos, variables y clasificaciones en programas de estadística deben ser similares en todas las publicaciones del organismo.

C. Referencias

- Bhate, A. (2008). 'Conducting Survey Analysis.' http://EzineArticles.com/?expert=Arvind_Bhate. Último acceso noviembre 2008.
- Chromy, J. and Abeyasekera, S. 'Section 19 Statistical analysis of survey data.' *Household Surveys in Developing and Transition Countries: Design, Implementation and Analysis*. <http://unstats.un.org/unsd/hhsurveys/FinalPublication/ch19fin3.pdf>. Último acceso noviembre 2008.
- Institutional Assessment Resources. (2007). 'Conduct Research.' University of Texas at Austin. <http://www.utexas.edu/academic/diia/assessment/iar/research/report/survey-analyze.php>. Accessed November 2008.
- Lee, E. (2005). *Analyzing Complex Survey Data*, Second Edition. Sage Publications Inc.: University of Texas Health Science Center, Houston. Pp.49-78.
- Piper, L., Lucas, R., Shirey, J., and Rohe, W. (1997). *How to Conduct Victimization Surveys: A Workbook. Prepared for U.S. Department of Housing and Urban Development Office of Policy Development and Research*. Diane Pub Co.
- Statistics Canada. (2003). *Statistics Canada Quality Guidelines, Fourth Edition* Catalogue no. 12-539-XIE. Ottawa, Canada.

Statistics Canada. (2005). *General Social Survey Cycle 18: Victimization (2004): User's Guide to the Public Use Microdata File*. Catalogue no. 12-M0018-GPE. Ottawa, Canada.

United Nations Office on Drugs and Crime. (2006). 'Cross-Cutting Issues Criminal Justice Information.' *Criminal Justice Assessment Toolkit*. New York.

World Health Organization. (2008). 'Part 4: Conducting the Survey, Data Entry, Data Analysis and Reporting and Disseminating Results.' *STEPS Manual*. <http://www.who.int/chp/steps/Part4.pdf>. Último acceso noviembre 2008.

CAPÍTULO VIII. CONSIDERACIONES ÉTICAS

806. El capítulo VIII de este manual trata de la importante área de las consideraciones éticas. Éste aborda tanto la protección de los encuestados mediante la garantía de un consentimiento informado, como la protección de la privacidad y confidencialidad, así como los estándares de difusión de los datos. Estos asuntos éticos deben formar parte de la capacitación del entrevistador.

807. Los investigadores deben actuar responsablemente en todo momento, entendiendo que deben proteger los intereses y las identidades de la gente a la que están pidiendo participar en sus encuestas. Esta sección revisa estas consideraciones éticas que deben guiar el comportamiento de aquellos que conducen cualquier encuesta, especialmente las encuestas de victimización, las cuales pueden involucrar asuntos delicados que probablemente puedan avergonzar o dañar a los encuestados si no se toman las precauciones adecuadas.

808. Dado que los investigadores de la encuesta están pidiendo a los encuestados proporcionar información sobre sí mismos, sus experiencias, y posiblemente sus actitudes, es imperativo que los investigadores actúen responsablemente con respecto a esta información. Esto implica dos tareas principales: proteger los derechos de los encuestados y garantizar la validez de los resultados de la encuesta. Esta sección revisa algunas de las consideraciones éticas relacionadas con la protección de los derechos de los encuestados y el aseguramiento de la validez de los resultados de la encuesta.

A. Proteger a los encuestados

809. Proteger a los encuestados (y posibles encuestados) requiere atención a muchos detalles. Primero, el investigador debe desarrollar protocolos de la encuesta que informen a los encuestados sobre los propósitos y procedimientos de la encuesta. Segundo, la investigación debe ser conducida de manera que respete el derecho a la privacidad del encuestado. Tercero, la investigación debe ser sensible a las normas culturales existentes para la interacción social. Cuarto, la investigación debe evitar toda forma de daño o vergüenza al encuestado, física, psicológica o emocionalmente hablando. Y finalmente, en el caso de encuestas voluntarias, los encuestados deben sentirse libres de participar o no sin temor a repercusiones.

Consentimiento informado

810. El consentimiento informado significa que los encuestados están concientes de muchos factores. Primero, los encuestados deben estar informados sobre los propósitos de la investigación. Segundo, los procedimientos utilizados para recoger los datos deben ser revelados. Tercero, todo posible riesgo o beneficio para el encuestado debe ser informado. Y finalmente, los encuestados deben tener información total respecto a los patrocinadores de la encuesta. Groves *et al.* (2004) amplía esta idea identificando ocho elementos esenciales del consentimiento informado:

- Una descripción de la explicación y el propósito de la investigación. Esto incluye durante cuánto tiempo deberá estar participando el encuestado, una descripción de los procedimientos, incluyendo los que sean experimentales;
- Una descripción de los riesgos o incomodidades previstos;
- Una descripción de cualquier beneficio previsto;
- La divulgación de cualquier procedimiento alternativo (si aplica);
- La divulgación de cómo se mantendrá el anonimato y la confidencialidad de los datos;
- Una descripción de la compensación o tratamiento disponible si ocurriese alguna lesión (si aplica);
- La divulgación de a quién contactar para cualquier pregunta;
- La divulgación de que la participación es voluntaria y el encuestado puede interrumpirla en cualquier momento.

811. Sólo después de considerar esta información, el encuestado puede decidir si participa o no en la encuesta. El consentimiento informado puede ser obtenido verbalmente o por escrito. Los formularios de consentimiento por escrito generalmente proporcionan información sobre la encuesta y los elementos esenciales anteriormente expuestos e incluyen un sitio para que el encuestado firme luego de su reconocimiento de que entiende los procesos o protocolos de la encuesta.

812. Para una encuesta de victimización, un formulario de consentimiento por escrito puede ser útil si la encuesta contiene preguntas delicadas como aquellas sobre cualquier acto delictivo que el encuestado pueda haber cometido. En este caso, se puede producir un posible daño al encuestado si los datos proporcionados se hacen públicos. En general, un formulario de consentimiento por escrito permite a los posibles encuestados evaluar el posible daño que pudiera estar asociado con la participación y tomar una decisión informada sobre si participar o no. El formulario también proporciona al investigador de la encuesta evidencias tangibles de que el encuestado participó voluntariamente y de que se hizo de su conocimiento el riesgo de aceptar participar.

813. Generalmente, el consentimiento verbal es aceptable cuando hay un riesgo mínimo de daño para el encuestado. Sin embargo, las encuestas que obtienen el consentimiento verbalmente deben asegurarse de que el encuestado comprende los riesgos posibles, si los hay, de participar y además proporcionar información sobre los propósitos de la encuesta y por quiénes está siendo conducida. Las encuestas telefónicas generalmente utilizan algún tipo de procedimiento de consentimiento verbal.

814. El consentimiento informado implica que el encuestado es legal, mental y emocionalmente capaz de proporcionar dicho consentimiento. El investigador de la encuesta debe, por lo tanto, crear procedimientos especiales para obtener este consentimiento de los participantes que están por debajo de la edad o no son capaces de tomar decisiones propias. En estos casos, el consentimiento debe obtenerse de un padre o tutor (o el padre o tutor puede fungir como encuestado interpuesto).

815. Hay asuntos éticos adicionales que deben ser abordados por las entrevistas que involucran a personas que residen en instituciones para garantizar su seguridad y permitir el consentimiento informado. Por ejemplo, una encuesta de victimización de personas de un hogar de ancianos puede estar enfocada en el abuso de los ayudantes o empleados de estos hogares. El investigador debe desarrollar protocolos para garantizar que los encuestados están protegidos de posibles represalias en caso de que participen, así como asegurarse de que la presión de los otros no influya en las respuestas del encuestado.

Proteger la privacidad del encuestado

816. Dado que las encuestas buscan obtener información de los encuestados, el investigador de la encuesta tiene la obligación moral (y posiblemente legal) de proteger la información. Un aspecto del consentimiento informado es notificar al encuestado sobre cómo se utilizará la información y quién tendrá acceso a ella. La información dada a los encuestados sobre cualquier garantía legal o de confidencialidad de los datos proporcionados debe ser precisa.

817. Para encuestas cara a cara, proteger la privacidad de los encuestados implica asegurarse de que la entrevista es conducida lejos de otros miembros de la familia. Esto puede ser especialmente importante para las encuestas de victimización que miden la violencia de pareja,⁶⁷ la violencia entre los miembros de la familia o la violencia de los cuidadores. Se debe asegurar a los encuestados que la información que proporcionen no será compartida con nadie más, incluyendo a los otros miembros del hogar. Para garantizar la privacidad y seguridad del encuestado, las encuestas relativas a la violencia contra la mujer o la violencia familiar o temas similares, deben incluir instrucciones para que los entrevistadores reprogramen la entrevista si un miembro de la familia está presente, y arreglar un horario y un lugar que garanticen que el encuestado estará solo cuando responda a las preguntas sobre las agresiones cometidas por la pareja o por miembros de la familia. Es importante recordar que esta protección adicional para la privacidad del encuestado probablemente tendrá consecuencias para el presupuesto y debe por lo tanto ser tomada en cuenta en una etapa temprana de la planificación.

818. Los entrevistadores y el personal de capacitación son un componente clave para asegurar la privacidad de la información proporcionada por los encuestados. Los entrevistadores y las otras personas con acceso a los datos deben recibir capacitación sobre sus responsabilidades legales y éticas para evitar la divulgación a toda persona que no tenga acceso a esta información.

Respetar normas culturales

819. La práctica y el sentido común dictan que el investigador evitará cualquier comportamiento que viole las creencias o normas culturales del encuestado. Un ejemplo del comportamiento que pudiera

⁶⁷ Para lineamientos más detallados de la investigación sobre violencia de pareja contra la mujer, ver *Putting Women First: Ethical and Safety Recommendations for Research on Domestic Violence Against Women* (WHO, 2001; <http://www.who.int/gender/violence/en/womenfirtseng.pdf>). [Poner a la mujer primero: Recomendaciones éticas y de seguridad para la Investigación de Violencia Doméstica contra la Mujer (OMS, 2001; <http://www.who.int/gender/violence/en/womenfirtseng.pdf>).]

ser ofensivo, y que por lo tanto debe ser evitado, es entrevistar en días de culto o festividades religiosas. Otro ejemplo es el uso de lenguaje incendiario, despectivo o soez. Y en algunas culturas, emplear entrevistadores del sexo opuesto podría ser ofensivo.

Evitar el daño a los encuestados

820. En la investigación médica, la posibilidad de daño a los participantes puede ser obvia. A pesar de que las encuestas como las de victimización no implican contacto físico o procedimientos médicos, la posibilidad de daño existe. Esta posibilidad de daño puede venir ya sea durante o después de la entrevista.

821. Durante la entrevista, un posible daño está asociado con la probabilidad de que las preguntas o los procedimientos de la encuesta puedan causar daño físico, psicológico o emocional al encuestado. Las encuestas de victimización a menudo contienen preguntas relacionadas con temas sensibles, incluyendo violación, agresión sexual y violencia de pareja o familiar. Algunas víctimas de agresiones sexuales (u otros delitos) pueden sufrir reacciones traumáticas al recordar los incidentes durante la encuesta. Mientras que no es posible evitar estas situaciones, es imperativo que los entrevistadores estén capacitados para abordar estas situaciones si es que se presentan. Un enfoque puede ser el proporcionar a las víctimas de delito información sobre los servicios de ayuda locales al final de la entrevista.

822. Los desarrolladores de la encuesta deben identificar preguntas potencialmente delicadas y explorar la creación de procedimientos especiales para plantear dichas preguntas. Las preguntas delicadas son aquellas sobre las cuales el encuestado se siente incómodo de responder. Estas preguntas pueden ser percibidas como intrusivas o vergonzantes por el encuestado. A menudo, un encuestado se negará a contestar estas preguntas o incluso dará respuestas falsas.

823. Hay métodos para evitar negativas mientras se plantean preguntas delicadas. Una técnica para entrevistas cara a cara es utilizar preguntas auto-aplicadas para los temas considerados posiblemente complicados emocionalmente. Durante una entrevista en persona, el entrevistador se retira y permite al encuestado auto aplicarse las preguntas. La Encuesta de Delitos Británicas utiliza esta técnica para la encuesta de violencia contra la mujer. Que el entrevistador no esté presente incrementa la posibilidad de respuestas a las preguntas delicadas.

RECUADRO 63: RECOMENDACIONES ÉTICAS Y DE SEGURIDAD DE LA OMS

Una guía particular para las entrevistas que pretendan obtener información sobre violencia sexual puede obtenerse en WHO *Ethical and Safety Recommendations for Researching, Documenting and Monitoring Sexual Violence in Emergencies* [Recomendaciones Éticas y de Seguridad para la Investigación, Documentación y Control de la Violencia Sexual en Situaciones de Emergencia de la OMS]. Las recomendaciones están diseñadas para complementar y ser añadidas a los estándares profesionales existentes, los lineamientos y otras herramientas prácticas y guías. Mientras que las recomendaciones de la OMS están establecidas para ser aplicadas específicamente a la recopilación de información sobre violencia sexual en situaciones de emergencia, también aplican a las cuestiones éticas y de seguridad que son típicamente asociadas con las encuestas de victimización delictiva que cubren temas delicados, incluyendo violación, agresión sexual y violencia de pareja y familiar.

Las recomendaciones de la OMS son:

- Los beneficios para los encuestados o las comunidades respecto a documentar la violencia sexual deben ser mayores que los riesgos.
- La información colectada y la documentación deben organizarse de manera que representen el menor riesgo para los encuestados, esto es metodológicamente adecuado, y se basa en la experiencia y las buenas prácticas.
- La asistencia básica y el apoyo para sobrevivientes/víctimas deben estar disponibles localmente antes de comenzar cualquier actividad que pueda implicar que los individuos divulguen información sobre sus experiencias de violencia sexual.
- La protección y seguridad de todos los involucrados en la recolección de la información sobre violencia sexual es de suma importancia y en las situaciones de emergencia, en particular, debe dárseles seguimiento continuo.
- La confidencialidad de los individuos que proporcionan información sobre violencia sexual debe protegerse en todo momento.
- Cualquiera que proporcione información sobre violencia sexual debe otorgar su consentimiento informado antes de participar en las actividades de recolección de datos.
- Todos los miembros del equipo de recolección de datos deben ser cuidadosamente seleccionados y recibir una adecuada y suficiente capacitación especializada y apoyo continuo.
- Salvaguardas adicionales deben observarse si hay menores (es decir, personas de menos de 18 años de edad) sujetos a la recopilación de información.

824. La técnica de respuesta aleatoria es otro método para lograr respuestas a las preguntas delicadas. Con esta técnica, los encuestados responden tanto las preguntas delicadas como las inocuas. Cuál de las dos preguntas planteadas es aleatoriamente seleccionada. La idea es que los encuestados estén más cómodos contestando una pregunta delicada si el entrevistador no sabe qué pregunta están respondiendo. Las probabilidades de que la pregunta sea delicada o inocua se utilizan para estimar las características de la pregunta delicada.

825. La probabilidad de daño al encuestado después de la entrevista generalmente involucra una situación en la que alguien más sabe de la participación del encuestado. Por ejemplo, una víctima de violencia por parte de su pareja puede tener represalias del agresor si éste sabe de la participación de la víctima (estas represalias pueden ser desencadenadas por las cartas de introducción enviadas a la familia o cualquier material dejado en el hogar después de la entrevista). El daño al encuestado puede también derivar de la violación a la confidencialidad si el encuestado es identificado en los datos. Las violaciones a la confidencialidad pueden ocurrir de muchas formas, por lo que los investigadores deben tener protocolos para la protección de la información proporcionada por los encuestados y para la eliminación de los identificadores de respuestas de la encuesta, almacenamiento seguro de la información, archivos encriptados y rendición de informes de los datos.

826. Las tablas y las cintas de los datos deben ser examinadas para determinar si hay alguna posibilidad de que puedan permitir la identificación de los individuos encuestados. Cuando sólo unas cuantas preguntas están representadas en la tabla de la encuesta, hay un riesgo de que la identidad del encuestado pueda detectarse al reportar los resultados de la encuesta. Teniendo esto en cuenta, se pueden suprimir los datos de la investigación borrando algunas celdas que contengan sólo algunos casos. Para garantizar que los datos no puedan ser estimados mediante la sustracción de otros datos en la tabla, a menudo se suprimen también datos adicionales. Este método no cambia los totales de los datos. Todo bloqueo o eliminación de datos de una celda debe ser anotado.

827. Otros métodos para tratar la confidencialidad en las tablas que reportan pocas respuestas incluyen el uso de rangos de respuesta amplificadas y el colapso de los datos en muchas categorías. Aunque los datos no se ven afectados por estos métodos, sí se pierde información.

828. Para cintas de datos, la protección de la identidad de los encuestados involucra eliminar cualquier información que pudiera utilizarse para identificar a los individuos, interferir (poner fuera de comprensión) los códigos de identificación, y examinar los valores atípicos (outliers) para las variables clave. Para la investigación de la encuesta, el riesgo de daño para los encuestados reside principalmente en la posibilidad de que su identidad sea revelada. Los organismos de investigación deben tratar de asegurar la confidencialidad para proteger a los encuestados.

Respetar el derecho de la gente a no participar en encuestas voluntarias

829. Hay una clara tensión entre la teoría estadística y el concepto de participación voluntaria en las encuestas. Para que los resultados de una encuesta sean válidos, la falta de respuesta debe ser baja. Sin embargo, 'voluntario' significa que las personas seleccionadas para la encuesta pueden elegir si participar o no sin que esto implique impactos adversos para ellas. Mientras que los procedimientos de la encuesta pueden ser diseñados para persuadir a los encuestados renuentes, los entrevistadores deben ser capacitados para respetar el derecho de las personas a declinar su participación.

B. Otras consideraciones éticas

830. Conducir una encuesta éticamente no es solamente una cuestión de protección a los encuestados y la información que proporcionan. Más bien, se deben tener en cuenta cuestiones como los principios jurídicos nacionales y los lineamientos internacionales sobre la difusión de los datos (ver también la sección de controles de divulgación de datos).

Equilibrio entre las leyes de confidencialidad y la denuncia de delitos

831. Muchos países tienen leyes que protegen la confidencialidad de la información recogida para propósitos estadísticos. Muchos países tienen, también, leyes que obligan a informar a la policía algunos delitos graves como el abuso a menores. Obviamente, puede haber un conflicto entre estas leyes. Un entrevistador tiene prohibido, por ley, revelación alguna sobre una persona que haya participado en la encuesta, pero también está obligado, por ley, a reportar cualquier agresión de la que tenga conocimiento durante la encuesta. Esto crea un conflicto tanto ético como legal. En muchas naciones, este conflicto no ha sido resuelto. Por ejemplo, en Canadá, la Ley de Estadística protege la confidencialidad de la información recogida para propósitos estadísticos, lo cual significa que los entrevistadores están impedidos para reportar agresión alguna a la policía.

Garantizar el proceso profesional y científico

832. Conducir una encuesta también implica adherirse a métodos profesionales y científicos y establecer códigos de conducta para la investigación de la encuesta. Los organismos de investigadores académicos y profesionales de las encuestas, tales como la Asociación Mundial para la Investigación de la Opinión Pública (WAPOR, por sus siglas en inglés), la Asociación Europea para la Investigación de Mercados y de Opinión (ESOMAR, por sus siglas en inglés) y la Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública (AAPOR), han creado lineamientos para ser utilizados por sus miembros, al conducir las investigaciones para una encuesta. El código AAPOR de Ética y Prácticas Profesionales,⁶⁸ por ejemplo, cubre varios temas, incluyendo los principios de prácticas profesionales al conducir investigaciones de encuestas, los principios para trabajar con la gente, incluyendo a los encuestados y al público, y los estándares mínimos para la divulgación de la información sobre la investigación fundamental. La guía ESOMAR/WAPOR de Encuestas de Opinión proporciona información similar.⁶⁹

833. Los procesos profesionales y científicos implican la utilización de métodos de muestreo estadístico establecidos para la elaboración de muestras, que trabajan para desarrollar preguntas sin sesgo y probarlas antes de su implementación, proporcionando capacitación adecuada a los entrevistadores y otro tipo de personal, y dando a los usuarios de los datos la suficiente información sobre la encuesta y su metodología para permitir la comprensión de las limitaciones de los datos, así como sus fortalezas.

834. Al publicar los resultados de la encuesta, el investigador debe presentar la información acerca del diseño de la muestra, las fuentes de posibles sesgos en la muestra (es decir, sub-cobertura de una subpoblación en particular) fuentes de error de falta de respuesta, índices de respuesta y errores de medición asociados con variables de la encuesta

RECUADRO 64: LOS PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE LAS ESTADÍSTICAS OFICIALES

Las encuestas de victimización son parte integral del sistema de las estadísticas oficiales de cada país. Por lo tanto, se espera que éstas abarquen los Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales (ver: <http://www.unecce.org/stats/archive/docs.fp.e.htm>).

Estos principios fueron adoptados para la región ECE por la Comisión Económica para Europa en 1992, y por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas en su Sesión Especial del 11-15 de abril de 1994. Los principios son:

Imparcialidad: las estadísticas oficiales proporcionan un elemento indispensable al sistema de información de una sociedad democrática, sirviendo al gobierno, a la economía y al público con datos acerca de la situación económica, demográfica, social y del medio ambiente. Con este fin, las estadísticas oficiales que cumplen con el criterio de utilidad práctica se compilan y se ponen a disposición de manera imparcial por los organismos oficiales de estadística para honrar el derecho de los ciudadanos a la información pública.

Profesionalismo: para mantener la confianza en las estadísticas oficiales, los organismos de estadística deben decidir, de acuerdo a estrictas consideraciones profesionales, incluyendo los principios científicos y la ética profesional, los métodos y procedimientos para la recopilación, procesamiento, almacenamiento y presentación de los datos estadísticos.

Metadatos: para facilitar una correcta interpretación de los datos, los organismos de estadística han de presentar la información de acuerdo a estándares científicos de las fuentes, los métodos y los procedimientos de la estadística.

Formular interpretaciones sobre interpretaciones erróneas: los organismos de estadística tienen derecho a formular observaciones sobre interpretaciones erróneas o la utilización indebida de las estadísticas.

Diversas fuentes: los datos para propósitos estadísticos pueden ser obtenidos de todo tipo de fuentes, ya sea de encuestas estadísticas o registros administrativos. Los organismos de estadística han de elegir la fuente con base en la calidad, los tiempos, los costos y la carga para los encuestados.

Confidencialidad: los datos individuales recogidos por los organismos de estadística para la compilación estadística, ya sea de personas físicas o jurídicas, deben ser estrictamente confidenciales y utilizados exclusivamente para propósitos estadísticos.

Transparencia: las leyes, regulaciones y medidas bajo las cuales operan los sistemas estadísticos deben hacerse públicos.

Coordinación nacional: la coordinación entre los organismos de estadística a nivel nacional es esencial para lograr consistencia y eficiencia en el sistema estadístico.

Estándares internacionales: la utilización de conceptos, clasificaciones y métodos internacionales –por parte los organismos de estadística de cada país– promueve la consistencia y eficiencia de los sistemas estadísticos en todos los niveles oficiales.

Cooperación internacional: la cooperación bilateral y multilateral en la estadística contribuye al mejoramiento de los sistemas de estadísticas oficiales en todos los países.

68 Disponible en <http://www.aapor.org/aaporcodeofethics>.

69 Disponible en http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR_Codes&Guidelines_OpinionPolling_v5.pdf.

835. Los hallazgos deben ser reflejo exacto de los datos y no deben ser manipulados para crear los resultados deseados. A menudo es deseable separar al organismo u oficina que condujo la encuesta y analizó los datos de los organismos relacionados con las políticas gubernamentales a fin de garantizar que los resultados estén libres de influencia política. Esta separación puede también servir para incrementar la aceptación pública de los hallazgos de la encuesta.

836. En el largo plazo, conducir encuestas éticamente mediante la protección de los encuestados y de los datos, y presentando resultados justa y completamente, sirve para promover la confianza en los resultados de la encuesta. Los encuestados estarán más dispuestos a participar en futuras encuestas si son tratados con respeto por los investigadores. El público, así como los responsables políticos, confiarán en los datos de la encuesta si las publicaciones son honestas y proporcionan la información suficiente para interpretar los resultados. Tomar atajos o no adherirse a las buenas prácticas profesionales y científicas puede parecer benéfico o puede parecer una forma de evitar situaciones difíciles, pero en última instancia, tales prácticas sirven para poner en duda todo el campo de investigación de la encuesta.

C. Referencias

Asociación Americana para la Investigación de la Opinión Pública. Código de Ética y Prácticas Profesionales. <http://www.aapor.org/aaporcodeofethics>.

Backstrom, C. H. y Hursh-Cesar, G. (1981). *Investigación de Encuesta*, Macmillan Publishing Company.

Asociación Europea para los Estudios de Opinión y Mercado. ESOMAR/WAPOR Guía para la Encuestas de Opinión incluyendo el Código Internacional de ESOMAR de Prácticas para la Publicación de los Resultados de Encuesta de Opinión Pública. http://www.esomar.org/uploads/pdf/ESOMAR_Codes&Guidelines_OpinionPolling_V5.pdf

Eurostat. Código de Prácticas de las Estadísticas Europeas. 2005.

Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski J. M., Singer, E. y Tourangeau, R. (2004). *Metodología de Encuesta*, John Wiley & Sons

Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa, Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales, <http://www.unece.org/stats/archive/docs.fp.e.htm>

CHAPTER IX. DIFUSIÓN DE DATOS Y DOCUMENTACIÓN

837. El capítulo IX de este manual aborda los principios y lineamientos para la difusión de datos y la documentación, incluyendo formatos de difusión, y estándares para metadatos y referencias. Se considera la cuestión de la relación con los medios de comunicación y los controles de divulgación de los datos, incluyendo la importancia de preservar la confidencialidad del encuestado.

A. Alcance y propósito

838. La publicación y la difusión se llevan a cabo cuando la información obtenida a través de la actividad estadística es comunicada a los usuarios. La forma de publicación y difusión reales puede variar dependiendo de los recursos y la demanda. Los usuarios pueden tener acceso a la información a través de sitios web a la medida, únicamente a las publicaciones en Internet, publicaciones en papel, microfichas, micro archivo de datos, teléfono, fax, discursos públicos y/o una presentación, así como una entrevista en radio o televisión. A menudo los formatos de difusión múltiple que se apoyan unos a otros son utilizados para una publicación. La publicación debe estar orientada para satisfacer las diversas necesidades de los usuarios, ya sean personas no profesionales de la estadística que sólo requieran de un resumen de alto nivel o analistas profesionales o académicos que desean realizar su propio análisis a partir de los resultados o reinterpretar los datos brutos. Independientemente del formato seleccionado, la meta es hacer la publicación fácilmente accesible para el usuario.

839. Pese al hecho de que la difusión se produce cuando la información es liberada al usuario, el producto estadístico final debe ser considerado al inicio del desarrollo de la encuesta, tomando en cuenta el rango de necesidades del usuario y considerando los objetivos claros.

840. Los objetivos son los fines para los que la información es requerida, establecidos dentro del contexto del programa, el problema de investigación o la hipótesis que dieron lugar a la necesidad de información. Los usuarios afinan y especifican más precisamente las necesidades de información, por ejemplo, al describir qué decisiones deben ser tomadas con base en la información recogida y cómo dicha información sustentará estas decisiones. El establecimiento de los objetivos proporciona a los usuarios posteriores, que tengan diferentes objetivos, los medios para evaluar la medida en que el producto de una actividad estadística puede satisfacer sus propias necesidades. También es un importante medio para comunicar a los (posibles) usuarios lo que pueden esperar de los productos de una actividad estadística, y el grado en que hay que cuidar la utilización de los datos si ésta se extiende más allá de lo que la actividad fue diseñada para soportar.

841. El propósito de una encuesta de victimización debe ser comunicado a las partes interesadas que participan en las consultas para desarrollar o modificar el contenido de la encuesta, así como a los encuestados. En Canadá, el propósito de la encuesta de victimización es que ésta es la única encuesta nacional que recopila datos sobre victimización delictiva. La policía sólo tiene información de los delitos que le reportan. No todos los delitos son reportados por una variedad de razones. La encuesta de victimización recoge información de todos los delitos, independientemente de si fueron reportados o no a la policía. Al mismo tiempo, se puede saber por qué algunas personas no reportan un delito a la policía. Esta encuesta también recoge muchos más detalles sobre los incidentes delictivos y el impacto del delito en la víctima, que los datos de la policía.

842. También es importante explicar cómo serán utilizados los datos. En el caso de las encuestas de victimización, los datos de éstas son utilizados para desarrollar y evaluar programas y servicios para prevenir y responder al delito y para apoyar a las víctimas. Los departamentos de policía, todos los niveles del gobierno, los organismos para víctimas y servicio social, los grupos de la comunidad y los investigadores de las universidades utilizan esta información para: estudiar las percepciones del nivel de delincuencia en el entorno, y las actitudes hacia el sistema de justicia penal; delinear el perfil de las víctimas de delito; y para estudiar las características de los incidentes delictivos.

843. Planificar la encuesta por adelantado, compartiendo los objetivos y el uso de los datos, a menudo sirve para legitimar la encuesta y garantizar su imparcialidad y objetividad. En términos generales, una encuesta debe ser capaz de desarrollar, producir y difundir información confiable y objetiva que satisfaga y se anticipe a las necesidades fundamentales, y de arrojar luz sobre las principales cuestiones de la política pública.

844. La accesibilidad a la información se refiere a la facilidad con la cual los usuarios pueden saber de su existencia, localizarla e importarla a sus propios ambientes de trabajo. El objetivo de la difusión debe ser el de maximizar la utilización de la información producida, al tiempo que se garantiza que los costos no reduzcan la capacidad del organismo para recoger y procesar los datos, en primer lugar.

845. Al determinar qué productos y servicios de información ofrecer, los planificadores de la encuesta deben mantener relación con los clientes, investigar y tomar cuidadosamente en cuenta las demandas del cliente, y dar seguimiento a la retroalimentación del cliente acerca del contenido y el medio de sus productos.

846. La accesibilidad de los datos también puede estar limitada por el idioma, especialmente en los países que no son anglo-parlantes ya que la disponibilidad de la información está restringida a la(s) lengua(s) oficial(es) del país de origen.

847. Los comunicados de información más importantes deben tener fechas de liberación anunciadas con suficiente anticipación. Esto no sólo para ayudar al usuario a planificar, sino para fomentar la disciplina interna y, más importante, mina todo posible esfuerzo de las partes interesadas en influenciar o retrasar cualquier liberación en particular para beneficio propio. El logro de las fechas previstas para la liberación debe tener un seguimiento, como una medida de la puntualidad. Los cambios en las liberaciones previstas también deben ser monitorizados durante periodos más largos.

848. Estos enfoques están alineados con el principio fundamental de pertinencia, imparcialidad e igualdad de acceso de las Naciones Unidas, que establece que ‘...la imparcialidad en la compilación y la liberación se logra mediante un proceso libre de interferencias políticas tanto de la metodología adoptada como de qué se libera y cuándo. En muchos países esta independencia está consagrada en la legislación de estadística. Los estadísticos necesitan actuar profesionalmente mediante la buena aplicación de los métodos estadísticos, mediante la apertura de conceptos, fuentes y métodos utilizados, y evitando comentarios partidistas... para hacer que la información sea ampliamente conocida y disponible de manera imparcial se requiere de difusión y actividades de comercialización (incluyendo el trato con los medios de comunicación) para proporcionar información de la forma requerida por los usuarios, y liberar políticas que proporcionen las mismas oportunidades de acceso. Los buenos principios de estadística deben ser seguidos con la presentación de estadísticas que sean fáciles de entender y que estén reportadas con imparcialidad’.

Principios

849. Hay muchos principios que deben ser tomados en cuenta durante la publicación y difusión. Un principio general es que este proceso debe considerar las necesidades del usuario. Las necesidades se satisfacen siguiendo los lineamientos particulares para garantizar que la información entregada al usuario sea precisa, completa, accesible, con un precio adecuado, clara, fácil de utilizar, puntual y que cumpla con los requisitos de confidencialidad. Segundo, el método de difusión debe explotar los avances tecnológicos permitiendo al usuario el acceso a la información estadística a un costo efectivo y de una manera eficiente. Tercero, la difusión debe considerar las expectativas del mercado. Estas expectativas están basadas en fenómenos tales como la retroalimentación de clientes anteriores, prueba del producto o actividades de comercialización.

Lineamientos

850. Al seguir ciertas reglas, garantizamos que los principios señalados arriba puedan ser alcanzados. Primero, es importante que la información difundida sea precisa. Obviamente, la preparación de los datos para ser liberados de un archivo de una fuente de actividad estadística implica muchos pasos. La liberación de datos debe ser revisada para asegurarse de que es consistente con los datos de la fuente. En caso de reagrupar datos o variables derivadas, esto significa que debe ser posible reproducir los mismos resultados a partir de los datos de la fuente. Segundo, el producto publicado y difundido debe ser relevante, oportuna, interpretable y coherente. Y tercero, todas las reglas relacionadas con la confidencialidad de los datos son seguidas. Esto incluye suprimir los datos que puedan identificar a los individuos encuestados. No hacerlo así es una falta de ética y puede causar daño a cualquier encuestado inadvertidamente identificado.

851. Antes de la difusión formal, es importante probar la liberación de un producto electrónico para su accesibilidad, funcionalidad y utilidad. Por ejemplo, probar la accesibilidad del producto implicaría garantizar que el contenido de la web sea accesible para todos los usuarios, incluidas las personas que utilizan tecnologías de adaptación, y el análisis de cómo un producto se ve y funciona con un software lector de pantalla. La prueba de la funcionalidad determina que el producto está completo, funciona adecuadamente y desempeña todas las funciones esperadas. La prueba de utilidad garantiza que el producto sea fácil de usar, que el lenguaje sea apropiado y que las opciones presentadas al usuario sean lógicas. Llevar a cabo estas pruebas revelará cualquier problema en el sistema de liberación para que pueda ser remediado antes de la liberación real de los datos.

852. Proporcionar medidas para la precisión y calidad de los datos o, de ser posible, herramientas para su cálculo (p.ej. coeficiente de variación, tablas de consulta, programas de varianzas en muestreos) junto con el producto difundido. Las medidas incluirán tanto el diseño de la muestra, el tamaño y los índices de respuesta alcanzados así como los indicadores de los intervalos de confianza en torno a las estimaciones de la encuesta y si las diferencias o comparaciones particulares son significativas estadísticamente. Esta información también debe incluir, cuando sea posible, un número telefónico y/o dirección de correo electrónico de una persona de contacto que sepa de cada liberación de información de la encuesta. Esto ayuda a garantizar el uso adecuado de los datos cuando los usuarios tienen preguntas respecto a los conceptos, definiciones, enfoques y metodologías.

853. Todas las publicaciones difundidas deben proporcionar documentación y metadatos (información sobre la fuente de datos). Esta información debe contener (según sea adecuado) descripciones de la calidad de los datos y la metodología utilizada, incluidos tanto la estrategia de muestreo, como el diseño de la encuesta y el cuestionario utilizado, o detalles sobre cómo obtenerlos. Proporcionar esta información ayudará a ganar la confianza en los hallazgos y a llevar al mínimo el riesgo de que los usuarios obtengan conclusiones imprecisas o inadecuadas.

854. Finalmente, es aconsejable que el organismo difusor publique elementos consistentes, cuanto a estilo y formato, con los datos de la encuesta previamente liberados. Hacerlo así maximiza el uso y la utilidad de los productos de investigación.

Políticas de difusión

855. La mayoría de los organismos de estadística tienen alguna forma de estrategia de difusión formal que regula los tipos generales de los resultados producidos por una encuesta. Hay cuatro tipos generales de productos o resultados producidos. El primero es la publicación de interés general. Esta publicación es preparada en previsión a la demanda del usuario en general y contiene estadísticas o información relacionada con las estadísticas de la encuesta. El segundo tipo de resultado es el producto de interés especial. Estas publicaciones son producidas para satisfacer la demanda anticipada y los requerimientos de un rango limitado de usuarios especializados sobre una base estrictamente comercial. La tercera clase de resultado son los productos y los servicios personalizados, hechos a la medida de clientes específicos. Y el tipo final de resultado denomina otros servicios que implican una multitud de cosas, incluida la prestación de asesoramiento estadístico.

856. La información estadística puede ser entregada a los usuarios de muchas formas, incluyendo el acceso directo a los conjuntos de datos, las terminales de acceso remoto, o como información proporcionada en CD-ROM u otros medios portátiles. Algunos servicios pueden tener un costo para los usuarios.

857. Independientemente de la forma del resultado, el organismo estadístico debe ser claro sobre la forma en que los resultados serán difundidos. Por ejemplo, se pueden aplicar cuatro opciones para la liberación de una encuesta de victimización. La primera es la liberación general. Las publicaciones liberadas de esta forma se dirigen al público en general una vez designado el día de la liberación, y proporcionan los principales hallazgos de las recolecciones y recopilaciones estadísticas, y una información estadística más pertinente y detallada. Una segunda opción es liberar bajo embargo. En este escenario, el acceso a la información estadística y pertinente aprobada para su publicación antes de su liberación general podrá ser concedida a las partes pre-aprobadas.

858. Los propósitos de dicha liberación pueden tener el fin de preparar reuniones informativas especiales para los ministros del gobierno responsables del tema cubierto por la encuesta o para otros interesados importantes. La tercera opción es la liberación para una revisión entre pares. Este método proporciona información estadística, antes de su autorización para publicación, a las partes aprobadas para la revisión, siempre que dicha liberación agregue valor, en última instancia, a las estadísticas o los análisis que van a ser liberados. Esto puede ser particularmente importante si el director de la encuesta y el personal no tienen experiencia en justicia penal o estadísticas de victimización, por lo que hay una necesidad de buscar asesoramiento exterior. La cuarta opción es liberar con propósitos de una publicación conjunta. En este caso, el organismo estadístico puede dar a las partes de la publicación conjunta acceso a la información estadística y/o pertinente no liberada antes, incluyendo información de archivos de registro de unidades confidenciales. Dependiendo del arreglo entre los organismos asociados, este intercambio de datos puede ser muy limitado y resultar en una aprobación y publicación conjunta del producto final, mediante una detallada colaboración sobre el análisis y la composición del resultado final.

859. La forma en que un organismo enfoca la difusión de datos y la documentación influye sustancialmente en la capacidad de acceso de los usuarios, la utilización y la comprensión de los datos producidos

por una encuesta de victimización. Para publicar los hallazgos de la encuesta en un producto estadístico se precisa de muchos pasos:

- Desarrollar el concepto del producto y los requisitos del resultado;
- Preparar el producto;
- Publicaciones impresas en papel y duplicados electrónicos (si es necesario);
- Liberación y distribución del producto.

860. Estos pasos delinean un plan de difusión, que apunta a garantizar que las estadísticas generadas por la encuesta de victimización delictiva sean utilizadas y accesibles. Los resultados deben ser proporcionados de forma tal que tome en cuenta la variedad de necesidades de información expresadas por los usuarios, así como la capacidad de los usuarios para hacer frente a las diferentes formas de información estadística. Los resultados estadísticos pueden ser presentados en forma de cuadros, como regla general, pero los usuarios podrían requerir de resultados simplificados con presentaciones visuales más estimulantes mediante gráficos y tablas. Por el contrario, un público estadístico más sofisticado podría buscar un mayor grado de información técnica e informes especializados llevar los matices de los datos a la superficie.

Estándares para la difusión de los datos

861. Los estándares para la difusión de los datos son una consideración clave para determinar la difusión de los resultados estadísticos. Los estándares son un medio primordial para garantizar que los principios de calidad de los datos son respetados y el usuario pueda confiar en ello. Esto también permite al organismo de estadística garantizar la calidad de los resultados utilizando los métodos existentes. Mientras que los estándares generalmente aplicados a todos los métodos y procedimientos de la recolección, el procesamiento, el almacenamiento y la presentación de los datos estadísticos, se vuelven sustancialmente importantes para los usuarios cuando éstos intentan establecer un uso adecuado de los resultados. Si un organismo estadístico tiene estándares bien establecidos y aplicados en la presentación del resultado estadístico, estos formatos llegan a ser comprendidos, y esperados, por los usuarios. La inclusión de la información pertinente sobre las fuentes, métodos y procedimientos de las estadísticas es también importante, como lo son las explicaciones amplias de los estándares aplicados a los datos — por ejemplo, la estructura utilizada para la clasificación de las agresiones y otras herramientas estadísticas.

862. Las políticas de confidencialidad son un elemento nuclear de la aplicación de los estándares en el proceso de difusión. Éstas pueden ser fundamentalmente importantes para la protección de la identidad de los encuestados. La privacidad de los encuestados siempre es de suma importancia para un organismo estadístico que espera obtener la confianza y la cooperación de los ciudadanos, a futuro, en este proceso. La confidencialidad se vuelve todavía más importante cuando las encuestas de victimización delictiva abordan temas más delicados, como la agresión sexual, la violencia doméstica, la necesidad de ayuda y los efectos de la victimización delictiva. Se deben seguir pasos uniformes a través del resultado estadístico para garantizar que las celdas con conteos pequeños de personas no sean reveladas y que la información personal no sea incluida. Cuando los archivos de registro de unidad vayan a ser revelados como un resultado estadístico, este proceso podría ser lento y complejo. Si hay números pequeños de personas con combinaciones de respuestas que sean altamente distintivas, a menudo es necesario intercambiar valores entre los registros o agrupar datos de forma que protejan el anonimato de los encuestados. Las estrategias requeridas para garantizar que los datos permanezcan como confidenciales varían tanto como el producto de los formatos en los que los datos serán liberados, y el margen de control que estos formatos dan al organismo estadístico para el control posterior de los datos.

Formatos de difusión

863. Los formatos de difusión son cruciales para determinar si el resultado estadístico puede o no ser de fácil acceso y utilidad. Los informes publicados son un vehículo tradicional para resultados estadísticos, pero cada vez hay más opciones que se han puesto a disposición como resultado de las tecnologías emergentes y los canales de comunicación. Los usuarios también pueden especificar sus propios formatos, requeridos para que ciertos análisis sean posibles. En última instancia, las decisiones sobre el medio apropiado para el resultado de la encuesta debe basarse en la conveniencia. Los formatos se pueden poner a disposición a través de varios canales: el contacto directo con los clientes, a través de programas de bibliotecas para difundir los hallazgos estadísticos, las contribuciones de los artículos y materiales similares a otros organismos para su publicación y liberación, o a través del Internet y la web⁷⁰ (CEE

⁷⁰ Una discusión sobre los diferentes formatos de difusión estadística y estrategias es presentada en 'Communicating with the Media — A Guide for Statistical Organisations', United Nations Economic Commission for Europe, 2001 [Comunicarse con los medios — Una Guía para las Organizaciones de Estadística', Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa, 2001] (<http://www.unecp.org/stats/documents/media/guide/Contents.htm>).

para proporcionar el enlace).

864. Algunos formatos y servicios son recursos cuya realización implica un trabajo muy intenso, y este gasto a menudo es cargado a los usuarios por los organismos estadísticos en forma de tarifas o cargos por acceso. Al considerar los formatos de resultados disponibles, los directores de la encuesta deben tener en cuenta el costo de producir un resultado mediante un formato particular, y qué tan bien puede este resultado ser utilizado con los cargos necesarios aplicados. Por ejemplo, si los datos de un registro de la unidad son requeridos por los usuarios para completar un análisis exhaustivo de los resultados de la encuesta, pero el costo de producir tales datos es elevado, el costo aplicado al resultado final podría no permitir a los usuarios-objetivo acceder a los datos. En tales casos, los recursos gastados no son recuperados y los datos no pueden ser utilizados.

865. Los usuarios de los datos se han vuelto más sofisticados y están demandando datos de primer nivel para la investigación. La forma en que los datos son liberados afectará los requisitos de confidencialidad. La forma más común para presentar los datos es a través de tablas multidimensionales o cubos de datos.

866. Otra forma de difusión es mediante el acceso a microdatos. Los micro conjuntos de datos que contienen registros individuales proporcionan una rica fuente de datos; sin embargo, el riesgo de divulgación de información personal puede ser alto. Los micro datos pueden ser confidencializados eliminando la información de identificación, recodificando valores o cambiando variables. Este proceso puede ser complejo e implica un proceso subjetivo, por lo tanto la confidencialidad debe ser realizada por alguien que comprenda los datos y los riesgos. La rápida expansión de las bases de datos en el sector privado, que contienen información sobre personas identificables puede incrementar el riesgo de identificación a través de datos coincidentes aunque los nombres y domicilios no estén incluidos en el archivo de micro datos.

Metadatos y documentación

867. El material explicativo es un medio primordial para lograr la utilización informada de las estadísticas. Éste proporciona una guía e interpretación para ayudar a los usuarios a entender las estadísticas presentadas, y determina las aplicaciones adecuadas de los datos. El resultado final de una encuesta de victimización delictiva debe contener, o estar claramente asociado con, materiales ampliamente explicativos que permitan a los usuarios:

- Ser conscientes de la naturaleza y las limitaciones de la información estadística;
- Evaluar la utilidad de los datos estadísticos para propósitos específicos; y
- Utilizar los hallazgos sobre victimización delictiva para la toma de decisiones.

868. El material explicativo debe informar a los usuarios sobre la calidad de las estadísticas y de cualquier proceso o evento que pudiera afectar su interpretación. Esto puede incluir medidas de precisión, como el suministro de notas técnicas que detallen los efectos del error estándar relativo, por ejemplo. La variación que puede derivarse como resultado de una metodología de encuesta en particular debe ser comunicada a los usuarios — particularmente en entornos estadísticos donde hay múltiples fuentes de datos de victimización delictiva que pueden utilizar diferentes métodos, ya que los usuarios podrían requerir esta información para determinar qué datos son los mejores para sus propósitos y qué datos no pueden ser comparados. Bosquejar notas explicativas desde el punto de vista de un usuario que no es un experto en el campo. Evitar el uso de jerga estadística y términos técnicos. No traducir la jerga en “lenguaje ordinario”, sino explicarla, y reelaborar los textos en donde ésta se utiliza. Traducir simplemente el lenguaje técnico en “lenguaje ordinario” sin tomar en cuenta la lógica del marco de referencia puede resultar en textos incluso más confusos para los lectores que la prosa técnica de los originales mismos.

869. Los asuntos de muestreo, como las dificultades de la cobertura, la pérdida de muestra, los posibles sesgos y cualquier evento importante que ocurra inmediatamente antes o durante la enumeración debe ser incluido en el material explicativo para los hallazgos de la encuesta. La información sobre los eventos significativos puede ser obtenida de los medios de comunicación, o noticias de eventos importantes, o pueden ser comunicados por las partes interesadas, quienes están al tanto de los asuntos locales que pudieran tener un impacto significativo en los datos.

870. En algunos casos, los resultados de la encuesta que serán difundidos pueden estar ligados a la recolección de una encuesta en curso, pero ser el resultado de un cuestionario, una definición utilizada, una muestra, un método y otro proceso de encuesta significativamente diferentes, lo cual se considera que tiene un efecto en los datos, como ya no ser comparables con las anteriores iteraciones de los

hallazgos de la encuesta. En dichos casos, esto se denomina ruptura en la serie. Cuestiones similares se derivan al presentar revisiones a los datos que han sido previamente liberados al público. Estos eventos pueden causar confusión entre los usuarios, y llevar a la mal-interpretación de los datos, o incluso a posibles percepciones de que los datos no son válidos si no son manejados correctamente.

Publicaciones y acceso al público

871. La parte inicial de las especificaciones de la encuesta deben detallar los requisitos para los resultados y la disponibilidad de los datos para el público. Es vital que el director de la encuesta determine claramente las estrategias de difusión con antelación. Esto permite al director planear las actividades y programar los recursos desde una perspectiva interna, con un enfoque en los resultados a ser entregados (entregables) y sus fechas de vencimiento. El objetivo generalmente debe ser la liberación de las estadísticas lo más pronto posible después de su recopilación.

872. La liberación de los resultados de la encuesta debe ser anunciada con anticipación a la fecha de liberación esperada, para permitir a las partes interesadas y otros usuarios prepararse para la llegada de los resultados. En muchos casos, los investigadores y los responsables políticos anticipan con tiempo suficiente la liberación de nuevos datos de victimización delictiva y si la calendarización de la liberación es conocida, es posible prepararse con los recursos apropiados a fin de acceder y comenzar a trabajar con los hallazgos de la encuesta en las primeras oportunidades. De esta forma, los resultados de la encuesta de victimización tan oportuna y tan relevante para los usuarios como sea posible, y las políticas y los programas de desarrollo que se deriven de la disponibilidad de los nuevos datos se producirán con mayor rapidez para los usuarios.

Comparaciones entre los resultados de la encuesta y los informes policiales

873. Los datos de la policía y los datos de la encuesta de victimización son bastante diferentes y remarcan aspectos diferentes del delito. Los propósitos de los dos tipos de datos difieren y se ajustan de forma variada a las diferentes aplicaciones dependiendo de la investigación o las cuestiones de política de que se trate. Las dos fuentes de datos pueden ser vistas como complementarias la una de la otra. Cuando un incidente de victimización delictiva ocurre, hay ciertas formas para medirlo y un número de etapas en las que la medición puede ser ejecutada. Esto comprende desde el periodo en que la persona percibe que ha sido víctima, hasta el reporte a la policía y los cargos formales contra el agresor. Las estadísticas de la policía reflejan una medida de delitos reportados a y registrados por la policía, mientras que las encuestas de victimización representan reportes directos de los miembros del público sobre sus percepciones y experiencias del delito se han recogido en las encuestas a los hogares. Ninguna de estas fuentes proporciona una medida definitiva de victimización delictiva, pero juntas ofrecen un cuadro más exhaustivo que por separado. Ambas fuentes tienen sus límites y necesitan ser entendidas claramente.

874. En ciertas jurisdicciones, los datos basados en los registros administrativos de la policía y los datos recogidos por las encuestas de victimización delictiva son presentados en las mismas publicaciones. Hay ventajas y desventajas asociadas con este enfoque. La ventaja obvia es que una publicación contiene una visión más amplia de los delitos. En contraste, una desventaja es que esto puede conducir a intentos por comparar las dos fuentes de datos, lo cual no se debe hacer. Adicionalmente, si los usuarios no comprenden totalmente las diferencias entre los dos conjuntos de datos, esto los puede llevar a elegir el número que luzca “mejor” o más útil para sostener una hipótesis o un argumento en particular. Esto siempre es un riesgo cuando se difunde información estadística, y debe ser manejado cuidadosamente cuando se trata de estadística de delito. Si hay diferencias en la manera en que las agresiones son definidas o categorizadas, esto debe quedar claramente establecido, o la presentación modificada de tal forma que las comparaciones entre afines, pero con conceptos diferentes, será difícil de lograr.

875. El organismo de estadística debe ser muy claro sobre la manera en que la encuesta puede ser complementaria de las estadísticas de la policía o de otras fuentes, y los casos en que existan diferencias que puedan repercutir en las inferencias estadísticas que se puedan realizar. Estas diferencias deben ser explicadas en cualquier resultado estadístico publicado, independientemente de si los datos de la encuesta y los de la policía son liberados en los mismos resultados publicados.

876. Una de las partes más informativas de los datos que puede venir de una encuesta de victimización delictiva es la medida de delitos que no han sido reportados a la policía y es, por lo tanto, un tipo de información que muestra la propensión de la gente a reportar los incidentes a las autoridades del sistema de justicia penal. Dependiendo de las preguntas de la investigación o de la policía, esta puede ser una parte de datos más útil que los registros de la policía, en algunos casos. Sin embargo, también hay que notar que el alcance de las agresiones o los temas cubiertos por la encuesta de victimización delic-

tiva pueden no ser fácilmente conciliable con las definiciones legales de las agresiones que son utilizadas por la policía. Estas definiciones legales son obligatorias por ley penal, políticas y procedimientos operacionales, asimismo son propensas a cambiar con el tiempo. Por ejemplo, los cambios a una ley, a un sistema informático o a las reglas de registro pueden tener efectos en el número de incidentes delictivos registrados en las estadísticas policiales. Las encuestas sobre el delito generalmente utilizan descripciones más amplias de comportamientos y daños, que pueden estar libres de dichos efectos.

Las relaciones con los medios

877. Una consideración importante al presentar los datos al público es la preparación para enfrentar a los medios de comunicación. La victimización delictiva es un tema que a menudo atrae la atención de la prensa de manera significativa, y los medios tienden a enfocarse en los aspectos negativos, y no en los positivos, de los resultados. El organismo difusor necesita planificar con antelación esta cuestión. Se recomienda ampliamente una capacitación sobre los medios para la gente asignada como contacto con éstos, especialmente por el sentido altamente político del tema del delito. Desarrollar un conjunto de preguntas y respuestas que cubran un rango de puntos delicados que puedan ser tocados por los medios o el público en general, antes de la liberación de los resultados, podría ser también una herramienta útil para quienes deban tratar con los medios.

878. Los organismos de estadística generalmente tienen una política de equidad de acceso a la información estadística para todo público, por lo que los resultados estadísticos iniciales de una encuesta son liberados al público en general y a los medios, a la misma hora y en la misma fecha. Generalmente, las notificaciones de las liberaciones de resultados estadísticos esperadas se presentan en la página web de la organización.

879. Algunos organismos de estadística tienen unidades de relación con los medios, mismas que hacen observaciones acerca de la redacción de los comunicados para los medios. Estas observaciones generalmente apuntan a lograr un lenguaje accesible ya utilizado en los medios, esto incrementa las posibilidades de que los resultados sean informados por los medios. Estas mismas unidades de medios enviarán una copia del comunicado de prensa, vía fax o correo electrónico, a las agencias informativas (esto se hace al mismo tiempo que la liberación de los resultados estadísticos).

880. Es importante presentar un mensaje corto y sucinto – en la medida de lo adecuado – en forma de comunicado de prensa. Para las jurisdicciones en las que los datos de la encuesta sean posiblemente comparados con otros datos, por ejemplo los de encuestas previas o los de la policía o la justicia, es de gran utilidad que el organismo tenga claro qué datos son comparables y cuáles no lo son, y que esté listo para explicarlo de manera simple y sin términos estadísticos.

881. Una de las responsabilidades de un organismo difusor de datos estadísticos sobre victimización delictiva (o cualquier tema de esa materia) es promover la cobertura exacta de las estadísticas por parte de los medios, siempre que sea posible. Cualquier liberación de estadísticas debe incluir, según lo delineado anteriormente, material lo suficientemente explicativo para permitir a los usuarios entender el origen y la complejidad de los datos, además de cualquier información adicional que pueda estar relacionada con esa encuesta en particular. Por ejemplo, esto puede incluir información sobre cualquier evento significativo que pueda haber ocurrido durante el periodo de referencia o enumeración. Si bien esta información puede ayudar a los usuarios más diestros a comprender los datos a profundidad, también es importante tener un contacto en la agencia informativa para consultas, aclaraciones estadísticas y para coordinar solicitudes generales de información adicional. Dicho contacto no sólo le da presencia al organismo, en relación con este tema, sino también puede ayudar a los medios en la búsqueda de los datos de la encuesta más relevantes para ellos y abogar por una adecuada representación de los hallazgos. El público en general u otros usuarios de las estadísticas pueden también utilizar dicho contacto para obtener una guía adicional sobre la adecuada interpretación de las estadísticas y la información sobre otros datos que pudieran no haberse puesto a disposición en la difusión inicial de los productos.

882. Obtener el apoyo de las figuras clave en el ámbito del delito y la justicia — o del tema de la encuesta, específicamente — puede ser invaluable para proporcionar un respaldo independiente a los hallazgos. Estas figuras pueden llegar a convertirse en ‘defensores de la encuesta’, o en portavoces que pueden hablar del tema o informar sobre los detalles de la metodología y los resultados de la encuesta para así conferir una presencia pública a los hallazgos. Dependiendo de las limitaciones puestas a la agencia en términos de hacer observaciones sobre los resultados, estos contactos pueden a menudo estar en una mejor posición para proporcionar observaciones más analíticas y/o especulativas sobre las posibles direcciones de un incremento/decremento en la victimización delictiva.

RECUADRO 65: GUÍA DE COMUNICADOS DE PRENSA

Un comunicado de prensa no pretende resumir todos los detalles de la publicación final. En vez de ello, el comunicado se describe mejor como una presentación corta, atractiva y temática de las características más significativas de los resultados de una encuesta de victimización delictiva. Estas características tienden a ser de mayor interés para los editores de los medios de comunicación y el público en general.

Los principales objetivos de un comunicado de prensa son:

- Lograr informar de manera amplia los resultados de una encuesta en particular para ayudar a fomentar la conciencia de los responsables de la toma de decisiones y de la comunidad en general con respecto a los datos.
- Invocar una publicidad favorable para una encuesta o publicación en particular.
- Encausar un enfoque positivo de los medios en cuanto al propósito o el contenido de la publicación.
- Avanzar en la percepción pública en cuanto a que la organización estadística está cumpliendo eficazmente su importante función y objetivo en la sociedad.

La experiencia muestra que estos objetivos son más fácilmente alcanzados mediante un comunicado de prensa que:

- **Tenga un estilo periodístico.** Es decir, que sea corto, escrito en lenguaje sencillo con un encabezado atractivo y un párrafo inicial directo, además de una presentación lógica de los hechos de interés.
- **Esté configurado para satisfacer honestamente la curiosidad periodística (y por lo tanto pública) sobre la materia.** El comunicado no debe tratar de ocultar los resultados desagradables mediante la omisión o el lenguaje engañoso.
- **Sea autónomo.** Es decir, el comunicado no debe presentar preguntas que no sean respondidas en el texto.

Mientras se establece el cumplimiento de estos requerimientos, es importante que los comunicados no caigan en sensacionalismos o distorsionen los hechos mediante encabezados o contenido engañosos. **El comunicado de prensa no debe socavar otros objetivos estadísticos organizacionales** (p.ej. la objetividad e imparcialidad) ni dar lugar a una información que trivialice el conjunto de datos, o a una salida por la tangente, minando la discusión de la comunidad.

Comenzar a escribir el texto del comunicado de prensa antes de la fecha de la liberación de la publicación, e incluso antes de la autorización final de la publicación. A menos que se esté trabajando con conocimientos de primera mano con respecto a los contenidos de la publicación, probablemente se deberá esbozar un “Resumen de Resultados” o un texto de “Características Principales”, lo cuales serán, por supuesto, escritos para un propósito diferente.

Hay un buen argumento para esbozar un comunicado de prensa antes de que el documento de las Características Principales sea finalizado. Esto ayuda a clarificar cuestiones de interés público o asuntos que pudieran pasarse por alto al preparar la introducción de la publicación.

Los principios básicos de la redacción de una noticia –y por lo tanto la redacción de un comunicado– son:

- Mantenerlo **corto y sencillo**. Se recomienda que los comunicados se mantengan a un límite absoluto de cuatrocientas palabras y una sola página. Esto proporciona una economía máxima para propósitos de distribución.
- Tener a los principales lectores /públicos en mente: los medios y el público en general.
- Hacer énfasis en la voz activa (sujeto-verbo-objeto).
- Construir oraciones cortas, generalmente una idea por oración.
- Tener en cuenta el quién, qué, cuándo, dónde y (si es factible) el porqué.

Las noticias son sobre la gente. Es importante recordarnos a nosotros mismos que poner a la gente en un comunicado de prensa, lo hace mucho más interesante para la audiencia a la que se pretende llegar.

A veces habrá una idea clara para un párrafo de apertura como, por ejemplo, un gran aumento de un tipo de delito en particular. Pero si el punto principal de los resultados de la encuesta no es obvio, se tendrá que hacer alguna reflexión para elegir un tema para el ‘encabezado’ o ‘presentación’ como lo llaman los periodistas. Para esta situación se requiere salir mentalmente del marco profesional y plantearse a sí mismo estas preguntas:

¿Qué dicen estos resultados acerca de la vida de la gente? ¿Indican cambios o nuevos conocimientos sobre la manera en que la gente vive, trabaja, se relaja, planifica, se preocupa o se relaciona con los demás?

Considerar “lo más grande, lo más nuevo, lo más reciente” en su comunicado. Los medios siempre utilizan este enfoque.

¿Los lectores de los diarios o los escuchas de la radio ser sorprenderán con alguno de estos resultados?

¿Algo de esta información causará que algunas personas cambien sus actitudes o sus planes para el futuro?

El cambio, o en algunos casos, la falta de éste, hace la noticia. Si el resumen de las características principales de su publicación no hace comparaciones con marcos temporales anteriores o cifran previamente publicadas, debe revisar si puede utilizar estos puntos para hacer su comunicado de prensa más efectivo. Usted también podría desear incluir información de otra publicación relacionada con el tema de los comunicados de prensa. Estas inclusiones están permitidas siempre que el título y el número de catálogo de la fuente de publicación sean referidos.

Como una regla, todo material del comunicado de prensa debe estar disponible en las Características Principales, y el material de las Características Principales debe tener origen en la publicación.

Usted puede elegir tres o cuatro posibles opciones para ser el ‘punto más interesante’. Usted puede utilizarlos en todo el texto. Elegir al número uno y luego redactar el párrafo de apertura a manera de una oración simple (puede decidir el encabezado posteriormente).

A los periodistas se les enseña a pensar en una pirámide invertida al escribir sus historias. El hecho o los hechos más importantes vienen en el extremo más amplio (la base invertida), con la información de apoyo inmediatamente a continuación, después los hechos de interés adicionales en orden descendente de importancia, con el material menos importante/interesante/significativo en el vértice más estrecho, en la parte inferior. La ventaja de esta imagen es obvia — acortar el texto es una manera relativamente fácil de cortar la parte inferior. Cuando el espacio es absolutamente limitado, la ‘base’ (primer párrafo) se mantendrá por sí misma.

Aunque se reconoce que la mayoría de las agencias informativas utilizará los comunicados de prensa sólo como un punto de partido para su propia versión, se debe hacer lo posible por presentar el texto en el estilo correcto para que pueda ser publicado sin ediciones posteriores. Esto significa que el periodista estará trabajando a partir de un texto válido por derecho propio y no necesita correcciones básicas ni explicaciones — y que está listo para “personalizarse” con un tratamiento editorial creativo, para sus propias necesidades.

Trate de conservar el encabezado en una línea, para mayor comodidad del lector. Un encabezado corto y atractivo conducirá al editor al párrafo principal. Trate de variar o simplificar el lenguaje para evitar repeticiones, aunque éstas son de esperarse en varios casos.

Un encabezado debe tener un sentido básico, pero debe ser visto como una forma de resumen: no debe tener un verbo y generalmente no tendrá espacio para frases calificativas.

EL ESTILO DE LOS COMUNICADOS DE PRENSA

- Escribir con letra los números del uno al nueve y todo número que aparezca al principio de una oración. Los porcentajes son una excepción dado el uso de su símbolo (5 %).
- Moderar el uso de balas, éstas pueden ser útiles en números pequeños.
- Desatar los acrónimos cuando se utilicen por primera vez, seguidos por las iniciales entre paréntesis: Índice de Precios al Consumidor (IPC). Posteriormente, escribir sólo IPC es correcto.
- Poner los títulos de la publicación en cursivas.
- Utilizar las mayúsculas con moderación. Los comunicados de prensa siguen estilos estándares (medios).
- Una página bien espaciada es la extensión óptima para cualquier comunicado de prensa.
- Permitiendo el espacio para el membrete y los elementos formales tales como los detalles del contacto, el contenido real debe ser de menos de tres cuartas partes de la extensión de una página A4. En algunos casos especiales, el material extra puede ser distribuido a los contactos clave de los medios de comunicación, pero esto es costoso e implica un trabajo intensivo.
- Los autores deben tener en cuenta que los documentos de las “Características Principales” de los sitios web estarán disponibles en línea para los medios, que también tendrán acceso a la publicación misma. Esta no es una razón para dejar puntos clave fuera de los comunicados de prensa, sino un incentivo para evitar tratar de meter demasiado texto en el espacio disponible.
- La redacción y escritura periodísticas no son un lenguaje en sí mismo, son simplemente una versión de la forma en que la gente habla entre sí, en situaciones normales. A esto podría llamarse ‘estilo conversacional’.
- El mejor método para redactar un comunicado de prensa es escribir como si se estuviera hablando con una persona ocupada, inteligente y ajena a nuestra profesión. Dicho oyente se impacientará rápidamente con un lenguaje que no sea simple, conciso, directo y libre de jergas.
- Elegir palabras utilizadas en el día a día: *eligió o prefirió* en lugar de *expresó su preferencia por, viajó en lugar de fue transportado a, mayor* en lugar de *la más alta proporción de*. Esta lista, desde luego, podría seguir a lo largo de muchas páginas.
- Evitar un lenguaje burocrático. En general, los periodistas y su público piensan en el término “gente”, y no en el de “individuos” — ellos piensan que este último es un término burocrático que raramente aparece en una conversación normal. Dicha terminología puede irritar a los sub editores y a otros periodistas que estén utilizando el texto, pero puede ser aceptable en un documento especializado.
- **Asegurarse de que las cifras en un comunicado de prensa sean absolutamente correctas.** Pida a una o más colegas que las revisen por usted y luego revíselas nuevamente usted mismo. La cuestión aquí no es el redondeo de cifras, lo cual a menudo las hace más accesibles para el público, sino la transposición de los porcentajes o un simple error de mecanografía que podría causar una vergüenza si no se descubre antes de la liberación del texto.
- **Mantener una mentalidad abierta** acerca de lo que podría interesar a los medios y al público. Si una encuesta ha suscitado dudas o cuestiones consideradas secundarias con respecto al propósito principal del ejercicio, pero que son particularmente interesantes en sí mismas, no tiene caso tratar de ocultarlas. Al mismo tiempo, si el material es de tal interés como para ser incluido en el comunicado de prensa, también se debe incluir en las Características Principales.
- Tener presente la utilización final de las estadísticas puestas de relieve. Si es posible, incluir una referencia para el uso de las estadísticas en el texto.

RECUADRO 66: UN EJEMPLO DE COMUNICADO DE PRENSA

COMUNICADO DE PRENSA

27 de junio de 2008

Embargado 1130 am (AEDT)

Casi \$1 mil millones de dólares perdidos por los australianos por fraude personal: ABS

Casi un mil millones de dólares (\$980 millones) se perdieron como resultado de un fraude personal, según la primera Encuesta Nacional de Fraude Personal, realizada por la Oficina Australiana de Estadística (ABS), publicada hoy.

La encuesta, realizada en 2007, preguntó a las personas de 15 años en adelante sobre sus experiencias relacionadas con los incidentes de fraude personal en los últimos 12 meses. La encuesta halló que 453 100 australianos perdieron un promedio de \$ 2 160 como resultado de un fraude personal.

Otros resultados de la encuesta incluyen:

- Un total de 806 000 australianos reportaron haber sido víctimas de al menos un incidente de fraude personal en los 12 meses pasados. Esto representa el 5 % de la población de 15 años en adelante.
- Medio millón de australianos experimentó una forma de fraude de identidad. La mayoría 383 300 (77 %) fue víctima de fraude de tarjeta de crédito o bancaria; el robo de identidad fue registrado para el balance.
- Casi seis millones de australianos (36 %) fueron expuestos a una serie de estafas seleccionadas; es decir, recibían, veían y/o leían invitaciones no solicitadas, peticiones o notificaciones diseñadas para obtener información personal o dinero o un beneficio financiero por medios engañosos.
- 329 000 personas fueron víctimas de al menos un tipo de estafa al responder o comprometerse con la oferta no solicitada. Las tres principales categorías de estafas seleccionadas fueron: loterías (84 100 víctimas), pirámides (70 900) y estafas de *phishing* y afines (57 800).

Nota de Prensa: El fraude personal incluyó el fraude de tarjetas de crédito y bancarias, el robo de identidad (incluido el uso no autorizados de los detalles personales de alguien), y las siguientes estafas seleccionadas: loterías, pirámides, *phishing* y estafas afines, asesoría financiera, cadenas de cartas y fraudes de pagos por adelantado.

Una mayor información está disponible en *Fraude Personal, Australia 2007* (cat. no. 4528.0), disponible sin cargo en el sitio web de ABS <www.abs.gov.au>.

Difusión menos formal

883. Se debe estar consciente de que la difusión no solamente incluye los resultados estadísticos físicos. También puede incluir información más informal compartida a través de actividades de enlace y de promoción. Si se ha utilizado una estrategia de participación comunitaria a fin de abordar las necesidades de un grupo cultural en específico o alguna otra sub-población, la difusión puede ser una fase crucial del proceso de la encuesta para proporcionar una retroalimentación significativa a los encuestados y a sus comunidades. Esto puede requerir la presentación de los datos de forma diferente para darle relevancia a los resultados, y quizá considerar la difusión en cierto número de idiomas. Se pueden utilizar otros foros, conferencias y reuniones para devolver los resultados de la encuesta a su fuente. Si una estrategia de participación comunitaria a largo plazo está en marcha, estos son métodos para mantener la confianza y el apoyo de los grupos.

Resumen de puntos: publicación y difusión

884. La preparación de los datos para ser liberados del archivo de origen de una actividad estadística usualmente implica varios pasos. Verificar y garantizar que los datos liberados, después de todos los pasos del proceso, sean consistentes con los datos obtenidos de la fuente. En el caso de los datos reagrupados o las variables derivadas, esto significa que se debe poder reproducir los mismos resultados a partir de la fuente de datos.

885. Verificar la calidad de las publicaciones asegurándose de que la información presentada sea relevante, el análisis sea preciso, la liberación sea oportuna y se considere el periodo de recolección de datos, los datos sean interpretables y coherentes.

886. Garantizar que todas las reglas con respecto a la confidencialidad de los datos sean seguidas mediante la supresión de los datos que pudieran identificar a los individuos encuestados.

887. Probar un producto electrónico antes de la liberación para asegurarse de que se desempeña según lo planeado.

888. Proveer medidas para la calidad de los datos o, cuando sea posible, herramientas para su cálculo (p.ej. tablas de consulta, programas de varianza de muestreo) junto con la difusión del producto.

889. Proveer documentación y metadatos junto con el material difundido que contenga, según sea adecuado, descripciones de su calidad y la metodología utilizada para asegurar que los usuarios no saquen conclusiones de los datos que sean imprecisas o inadecuadas.

890. Desarrollar un producto de difusión consistente en cuanto a estilo y formato con otros datos liberados previamente para ayudar a su uso y utilidad.

891. Si es posible, proveer una persona de contacto que esté bien informado acerca de la encuesta, un número telefónico y/o una dirección de correo electrónico para cada liberación de información. Esto asegurará el uso adecuado de los datos cuando los usuarios tengan dudas con respecto a los conceptos, definiciones, enfoques y metodologías.

*Controles de la divulgación de datos*⁷¹

892. La cooperación por parte de los encuestados para completar la realización de encuesta depende de la confianza que le tengan al organismo que les está solicitando proporcionar información personal. La confidencialidad es un elemento clave para dicha confianza y los organismos necesitan proteger la información suministrada por los encuestados y asegurar que la información sobre personas, negocios u otras entidades no sea divulgada. Algunos organismos nacionales de estadística tienen la obligación legal de proteger la información suministrada por los individuos y los negocios. El sexto Principio Fundamental de las Estadísticas Oficiales de las Naciones Unidas establece:

‘Los datos que reúnan los organismos de estadística para la compilación estadística, ya sea que se refieran a personas naturales o jurídicas, deben ser estrictamente confidenciales y utilizarse exclusivamente para fines estadísticos.’

893. Sin confianza, los organismos nacionales de estadística no obtendrían altos niveles de respuesta y precisión para entregar una información de calidad a la comunidad. Si los encuestados creen o perciben que un organismo no protegerá la confidencialidad de sus datos, es menos probable que cooperen o proporcionen datos precisos. Cualquier garantía ofrecida a los encuestados sobre la privacidad o sobre cómo serán utilizados los datos debe ser respetada. La falta de confianza o el mal uso de los datos puede resultar en una publicidad negativa para la organización en cuestión o, en algunos casos, la acción legal.

894. La información personal también debe estar sujeta a reglas de privacidad. La información debe ser almacenada de manera segura y sólo ser utilizada para los propósitos previstos. El organismo recolector de la información debe garantizar que nadie fuera de la organización tenga acceso a la información que pudiera identificar a un individuo. Esto puede incluir el cuestionario, los registros de las bases de datos o los resultados producidos por la encuesta. Los datos deben ser protegidos en todas las etapas del proceso de recolección.

895. Los desarrollos tecnológicos representan considerables desafíos en cuanto a garantizar que la información personal de un individuo esté protegida, por lo que es vital que un organismo de encuestas desarrolle un conjunto de reglas o políticas, métodos y técnicas para mantener la confianza de sus proveedores. Se deben llevar a cabo estrictos procedimientos para la recolección, procesamiento, almacenamiento y liberación de la información.

896. Algunos tipos de agresión en las encuestas de victimización delictiva, tales como los asaltos sexuales, pueden tener baja prevalencia, lo cual da como resultado algunas celdas en las tablas con pocos participantes. Las celdas con pocos participantes en los datos no ponderados necesitarán ser alteradas mediante el colapso de filas o columnas, o ambas, suprimiendo los valores de las celdas o perturbando los valores de las celdas antes de que los datos sean liberados. Se debe tener cuidado de que las celdas suprimidas no puedan ser calculadas a partir de los totales u otros valores. Las celdas suprimidas por tener un número bajo de participantes son denominadas celdas de supresión primaria. Puede ser necesario suprimir otras celdas dentro de una tabla para asegurar que el valor en la celda de supresión primaria no pueda ser revelado; a esto se le conoce como supresión secundaria o consecencial.

⁷¹ Ver también la sección VIII.B — Otras consideraciones éticas.

897. Si la acción de confidencialización restringe severamente la cantidad de información disponible en la tabla (es decir, se suprimen muchas celdas), entonces el diseño de la tabla debe ser revisado; colapsar algunas categorías de filas y/o columnas puede mejorar la tabla. La tabla que aparece abajo es una ilustración de datos que han sido suprimidos; los conteos totales de personas siguen siendo publicables, pero los conteos de hombres y mujeres no pueden ser suministrados. Hay varios métodos para confidencializar los datos, lo cual dependerá de la política o la situación. También están disponibles algunos paquetes de software para proteger los microdatos contra la divulgación.

Tabla 16: Víctimas of robo: tipo de arma utilizado en el incidente más reciente

	Hombres		Mujeres		Personas	
	'000	%	'000	%	'000	%
Número total de incidentes de robo	67.6	..	23.8	..	91.4	..
Cuchillo	np	np	np	np	11.1	18.8
Otra arma	np	np	np	np	8.5	14.5

np = no publicado ... = no aplicable

B. Referencias

Conferencia de Estadísticos Europeos, Junio (2006). *Lineamientos y núcleos principales para el manejo de la confidencialidad estadística y el acceso a los micro datos — Grupo de Trabajo para el Manejo de la Confidencialidad y el Acceso a los Micro Datos.*

Kovar, J. (2003). *Lineamientos de Calidad de Estadísticas de Canadá.* Catálogo no. 12-539-XIE. Ottawa: Estadísticas de Canadá.

Ogrodnik, L. & Trainor, C. (1997). *Un Panorama de las Diferencias entre los Delitos Reportados por la Policía y los Reportados por la Víctima, 1997.* Catálogo no. 85-542-XIE. Ottawa: Estadísticas de Canadá.

Estadísticas de Canadá. (2002). *Marco de Garantía de Calidad de las Estadísticas de Canadá* Catálogo no. 12-586-XIE. Ottawa: Estadísticas de Canadá.

Estadísticas de Canadá. (2006). *Política de Información a los Usuarios de la Calidad de los Datos y la Metodología.* Ottawa. Versión actualizada el 27 de julio. <http://www.statcan.ca/english/about/policy/infousers.htm> (20 de marzo de 2007).

Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas, (2001). *Comunicación con los medios — Una Guía para los Organismos de Estadística.* (<http://www.unece.org/stats/documents/media/guide/Contents.htm>).

Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, (1994). *Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales.*

Organización Mundial de la Salud. (2007). *Recomendaciones de ética y seguridad para investigar, documentar y dar seguimiento a la violencia sexual en situaciones de emergencia de la OMS.* Ginebra: OMS.

CHAPTER X. CERRAR EL CÍRCULO – EVALUACIÓN DE ENCUESTAS TERMINADAS

898. El capítulo X de este Manual demuestra la importancia del proceso de evaluación en el ciclo de vida de las encuestas a víctimas del delito.

899. Un sistema de encuestas puede ser visto como un proceso cíclico. Comienza con la etapa de diseño, desarrollo y prueba de la encuesta. Las etapas dos y tres son la implementación de la encuesta y la producción de sus resultados. La etapa cuatro es la revisión y evaluación del proceso como ha sido llevado a cabo. Finalmente, en la última etapa, el ciclo comienza de nuevo, conforme la última actualización de la encuesta es desarrollada e implementada.

900. Las secciones anteriores trataron sobre varios procedimientos que deben ser incorporados a las tres etapas del ciclo de la encuesta para asegurar que sus metas sean alcanzadas y sus protocolos y procedimientos estén bien desarrollados, así como que la calidad del trabajo sea alta y se lleve a cabo de una manera efectiva en lo referente a su costo. Por ejemplo, deben crearse sistemas para dar seguimiento a los costos de recolección de datos y a la calidad del trabajo de los entrevistadores y su desempeño en cuanto a completar sus tareas asignadas. Durante el procesamiento de datos, los datos deben ser examinados detenidamente para determinar si el cuestionario está midiendo lo que fue diseñado para medir; y el grado en que los errores de no muestreo, es decir los errores relacionados con la cobertura y la calidad de respuesta de los encuestados, están presentes en los datos.

901. Esta sección abarca la cuarta etapa del ciclo del proceso de encuesta: la evaluación posterior a la enumeración del sistema de encuesta. Una vez que los datos han sido reunidos y los resultados producidos, los numerosos procesos, protocolos y procedimientos utilizados en la encuesta deben ser revisados cuidadosamente para evaluar la confiabilidad, exactitud y utilidad de los datos, así como para aumentar su capacidad para reunir datos actualizados y exactos, de la manera más eficiente, en enumeraciones subsecuentes.

902. Casi toda, si no es toda la discusión que sigue puede ser aplicada a cualquier encuesta sin importar su tema. Las evaluaciones son de particular importancia para las encuestas sobre víctimas, pues tales encuestas son generalmente trabajos costosos que miden eventos raros, normalmente difíciles de medir. Los problemas que surgen pueden tener un impacto importante en los resultados de la encuesta y por tanto deben ser identificados y corregidos.

A. La importancia del proceso de evaluación

903. La evaluación es un componente esencial del proceso de encuesta. No sólo tiene que ver con la calidad de los cálculos de la encuesta y con que los procedimientos y métodos hayan sido bien aplicados, sino también con que los datos de la encuesta tengan la utilidad que se quería, con que los costos del trabajo de campo sean apropiados, y con determinar si alguno de estos factores requiere mejoras o revisiones. Es una revisión sistemática de todo el proceso de encuesta; una revisión cualitativa y cuantitativa del programa.

904. La evaluación de la encuesta adopta muchas formas. Implica revisar los datos para evaluar la presencia y el grado de errores de muestreo y de no muestreo, determinar si el cuestionario de la encuesta está obteniendo la información esperada, si los otros protocolos de la encuesta operan conforme al diseño y si los demás objetivos de la encuesta están siendo logrados.

905. La naturaleza de la revisión y evaluación necesariamente depende de la naturaleza de la encuesta que se evalúa. La evaluación de una encuesta de una sola vez se enfoca en el pasado para determinar la calidad de los datos que han sido reunidos. Las encuestas periódicas o continuas también deben ser revisadas considerando la incorporación de mejoras y adiciones al método de futuras aplicaciones. Si se han identificado problemas en la aplicación actual, deben desarrollarse y probarse métodos para corregir los problemas. También es posible que los resultados de la encuesta puedan identificar preguntas o temas adicionales para abarcar en aplicaciones futuras. Estas deben también ser investigadas y se deben desarrollar protocolos para ser incorporados en la encuesta. Las siguientes secciones describen algunas de las áreas que deben ser revisadas en la evaluación posterior a la aplicación. Entre los temas están la calidad de los datos, los fines de la encuesta y sus objetivos, la utilidad y los beneficios de la recolección de datos y de los protocolos y los cuestionarios utilizados. Además, un programa robusto incorporará también un programa de investigación metodológica.

RECUADRO 67: LA EXPERIENCIA EN ESTADOS UNIDOS

La Encuesta Nacional sobre Víctimas del Delito de Estados Unidos comenzó en 1972 (como la Encuesta Nacional sobre Delincuencia). Cuando fue implementada, la idea de medir la delincuencia usando encuestas en los hogares no era generalmente bien vista por parte del público ni por parte de los creadores de políticas. Se cuestionaba mucho la utilidad y la confiabilidad de la encuesta. Los primeros resultados de la nueva encuesta originaron nuevas preguntas sobre la viabilidad de una encuesta nacional sobre víctimas del delito. El patrocinador de la encuesta contrató dos evaluaciones del método, utilidad y beneficios (ver McMullan, et. Al 1978 y Penick y Owens, 1979). Las recomendaciones de estos estudios guiaron un proceso de investigación y estudio de una década, que resultó en el rediseño de la encuesta en 1992. La investigación llevada a cabo durante este período tuvo por intención revisar virtualmente todos los aspectos de la encuesta a víctimas, incluyendo la selección de muestras, la modalidad de la encuesta, sus propiedades, su tema, su cobertura, los asuntos sobre la respuesta de los encuestados, el diseño del cuestionario y sus capacidades analíticas. Fue llevado a cabo por un consorcio de organizaciones de investigación con una amplia gama de experiencia y aptitudes seleccionadas mediante un proceso competitivo.

El rediseño de la encuesta incorporó varios cambios a la misma, incluyendo la introducción de entrevistas telefónicas con la asistencia de computadoras, un nuevo protocolo para mostrar los delitos que aumentó la capacidad de los encuestados para recordar delitos difíciles de describir, como la violencia perpetrada por conocidos y la violación, la adición del asalto sexual como delito medido, la inclusión de preguntas sobre el estilo de vida para mejorar los análisis de riesgos de comisión de delitos, así como una revisión del protocolo de la encuesta para medir la repetición de la victimización.

A lo largo de la historia de la US NCS/NCVS, otros proyectos de investigación han sido llevados a cabo para evaluar y mejorar la metodología de la encuesta. Uno de ellos examinó el periodo de referencia de la encuesta y comparó periodos de referencia de 3, 6 y 12 meses en términos de exactitud de respuesta por parte de los encuestados y los costos de recolección de datos.

En 2008, en respuesta a los costos rápidamente crecientes de aplicación en tiempos de austeridad fiscal, el patrocinador de la encuesta instituyó un nuevo programa de investigación metodológica similar al llevado a cabo veinte años antes, pero enfocado en disminuir los costos de producir datos confiables sobre víctimas del delito. Este esfuerzo examinará la viabilidad de utilizar métodos menos onerosos de recolección, así como cambios en los tiempos de referencia de la encuesta y la identificación de marcos de muestreo más eficientes y de evaluación de los objetivos de la encuesta

B. Calidad de los datos

906. Las secciones anteriores de este Manual han contemplado la calidad de los datos y cómo identificar, medir y manejar errores de muestreo y de no muestreo. Algo de esta revisión ocurre durante la recolección de datos, pero mucho del trabajo sólo puede llevarse a cabo tras la finalización de una encuesta, cuando todos los datos están disponibles para su análisis. La revisión de aplicaciones pasadas debe comprender un examen exhaustivo de los errores relacionados con llevar a cabo una encuesta; incluyendo errores de cobertura, de respuesta y de procesamiento de datos. La evaluación de la existencia y magnitud de estos errores es importante, sin importar si la encuesta es un esfuerzo único o un programa continuo. Esto conforma un nivel de transparencia al presentar los resultados de la encuesta. El publicar información sobre la calidad y las limitaciones de los estimados de la encuesta ayuda a promover su aceptación y a disminuir las críticas. Tales análisis también alimentan los esfuerzos por eliminar los problemas en aplicaciones posteriores en las encuestas continuas o periódicas.

C. Objetivos de la encuesta

907. Como se trató en la sección II.A, es de importancia vital establecer objetivos claros para una encuesta sobre víctimas. La evaluación tras la aplicación debe incluir una revisión de los objetivos y el grado en que han sido alcanzados. Por ejemplo, un objetivo importante de la encuesta puede ser medir los rangos nacionales de victimización con cierto nivel de precisión. La revisión debe incluir si el objetivo se ha alcanzado o no. De no ser así, se debe identificar la causa de la falla. Puede ser que la muestra haya sido demasiado pequeña, el grado de participación demasiado bajo o que el rango de victimización medido por la encuesta haya sido menor al anticipado durante las etapas de planificación. Identificar la causa puede ayudar en las necesarias correcciones.

908. Puede ser necesario modificar los objetivos de la encuesta para hacer frente a limitaciones de presupuesto o de recursos. Por ejemplo, puede no ser posible aumentar la muestra o introducir otras modificaciones a la encuesta para aumentar la precisión de las estimaciones. Tal situación puede requerir modificar el objetivo para aceptar un nivel más bajo de precisión, enfocarse en otros grupos de víctimas o delitos, o crear un objetivo sustancialmente diferente para la encuesta.

909. Los objetivos de la encuesta también pueden cambiar, como respuesta a cambios en las necesidades de información. Estas necesidades pueden ser identificadas durante la revisión posterior a la aplicación.

Pero también pueden venir de fuera. Una dependencia de gobierno puede imponer un nuevo papel para la encuesta o puede surgir un nuevo problema a contemplar para una encuesta a víctimas.

D. Utilidad de la encuesta

910. Los resultados de las encuestas sobre víctimas tienen varios posibles usos. Pueden proporcionar una función de indicador social que mida la magnitud del problema de la delincuencia y su impacto en la sociedad. Los datos pueden informar las políticas y la legislación para abordar asuntos relacionados con la sociedad con la delincuencia. Pueden ser utilizados para la investigación relacionada con el delito y con las leyes penales. Y también pueden ser utilizados para planificar, administrar y evaluar programas y políticas. Los usos dependen de los objetivos de las encuestas y de las preguntas de éstas. Además, la utilidad de la encuesta es también una función de otros factores, incluyendo la calidad de los datos y cómo se difundan.

911. La evaluación después de la aplicación debe examinar la utilidad presente y potencial de la encuesta. La revisión debe examinar quién ha utilizado los datos y para qué. Se pueden aplicar varios métodos para este esfuerzo, como el llevar a cabo una revisión de términos para adaptarlos a grupos de enfoque o llevar a cabo encuestas sobre comunidades de usuarios potenciales. La revisión debe examinar qué tan bien el proceso de difusión facilita o dificulta los diversos usos y beneficios potenciales de los datos.

912. El desarrollo y mantenimiento de una comunidad de usuarios amplia es vital para el crecimiento y la continuidad de cualquier programa de encuesta. La encuesta debe mostrar ser útil para algo importante, ya sea informar al público o a las políticas, o proporcionar una plataforma para la investigación de asuntos sociales, o proporcionar otra información importante. El evaluar los usos actuales o potenciales de la encuesta le permite al patrocinador desarrollar y ampliar esos usos. El análisis puede identificar los impedimentos que existen para cualquier uso potencial de la encuesta y ayudar a desarrollar los medios para eliminarlos.

913. Asimismo, la evaluación debe determinar qué tan bien coinciden los objetivos de la encuesta con los usos específicos que se les dan a los datos. Un objetivo de la encuesta puede ser informar las políticas, pero si la información reunida no promueve o permite tal uso, no se puede lograr ese objetivo.

E. Revisión de los protocolos de la encuesta

914. Mientras que la monitorización de los protocolos de la encuesta durante la recolección de los datos puede identificar a los que son problemáticos, la revisión de los protocolos de la entrevista después de su aplicación también es importante para el éxito de la misma. Con frecuencia, sólo al analizar los datos se descubre que una serie de preguntas del procedimiento de una encuesta no está teniendo el éxito esperado. El análisis puede determinar, por ejemplo, que hay muchos datos faltantes, o que demasiadas respuestas a una pregunta en particular caen dentro de una categoría sin importancia. Una revisión puede identificar los efectos de la modalidad en los estimados o establecer que los intentos adicionales para llegar a los encuestados no aumentan sustancialmente la probabilidad de obtener una entrevista. Estos análisis pueden no corregir los errores del pasado, pero informan mejoras en las aplicaciones subsiguientes de la entrevista.

915. Tal evaluación puede incluir experimentos para determinar la viabilidad de protocolos de encuesta alternativos. Por ejemplo, cuando la Encuesta Nacional sobre Delitos de Estados Unidos se implementó, se utilizó un encuestado sustituto (interpuesto) para obtener información sobre miembros de hogares de 12 y 13 años de edad, a menos que un padre de familia declarara en forma explícita que el adolescente podía responder por sí mismo. Este procedimiento se implementó por temor a que los padres encontraran las preguntas demasiado delicadas o difíciles para encuestados tan jóvenes. Después de encontrar que la información obtenida mediante sustitutos era menos confiable que la obtenida de primera mano, se condujo un estudio para determinar si los padres consentirían en que los adolescentes respondieran por ellos mismos. Después de que el estudio encontró que pocos padres objetarían, el protocolo se cambió para aceptar entrevistas personales de personas de 12 y 13 años de edad, a menos que un padre objetara.

F. Investigación metodológica

916. Se necesita un programa de revisión sistemática de los métodos y protocolos de encuesta para mantener y aumentar la calidad de los datos de las encuestas. Sin embargo, este aspecto de la implementación de las encuestas con frecuencia tiene menor presupuesto del necesario y puede no tenerlo

en absoluto, porque se le tiende a ver como no directamente relacionado con la misión de producir y publicar la información de la encuesta. Con frecuencia es visto como una función extra que llevar a cabo si hay recursos necesarios. Sin embargo, un programa de investigación metodológica bien planeado puede economizar la recolección de datos y aumentar la calidad de los datos de la encuesta.

917. El programa de investigación debe examinar la calidad de los datos que se están reuniendo y explorar formas de aumentar la calidad y la utilidad de los datos y hasta donde se pueden introducir economías en el programa sin dañar la confiabilidad y exactitud de los resultados.

G. References

Groves, R.M. and Cork, D.L. (2008), eds. *Surveying Victims. Options for Conducting the National Crime Victimization Survey*. National Research Council. Panel to Review the Programs of the Bureau of Justice Statistics. Washington D.C.

McMullan Jr., P.S., Collins, J.J., Gandossy, R. and Lenski, J.G. (1978). *Analysis of the Utility and Benefits of the National Crime Survey (NCS)*. Research Triangle Institute. Research Triangle Park.

Penick, B.E. and Owens III, M.E.B. (1976), eds. *Surveying Crime*. National Research Council. Panel for Evaluation of Crime Surveys. Washington, D.C.

Taylor, B. (1989). *Redesign of the National Crime Survey*. U.S. Bureau of Justice Statistics. Washington D.C.

United Nations. (1984). *Handbook of Household Surveys*. (Revised Edition). Department of International Economic and Social Affairs. Statistical Office. Studies in Methods Series F. No. 31. New York.

APÉNDICE A – GLOSARIO DE TÉRMINOS RELACIONADOS CON ENCUESTAS

Término	Definición
AAPOR	Asociación Americana de Investigación de la Opinión Pública es la organización profesional líder para la investigación de la opinión pública y encuestas en Estados Unidos, con miembros de la academia, los medios de comunicación, el gobierno y el sector sin fines de lucro, así como de la industria privada. www.aapor.org
ACASI	ACASI stands for Audio Computer-Assisted Self-Interview. This system allows participants to privately answer sensitive questions via a laptop computer. Audio should be provided in all languages in which the survey is carried out.
Sesgo	Efecto que priva a un resultado estadístico de representatividad distorsionándolo sistemáticamente. Es diferente de un error casual que puede distorsionar en cualquier ocasión aislada pero que se pierde en el promedio.
Delimitación (<i>Bounding</i>)	Técnica donde alguna información reunida mediante la encuesta actual u otras anteriores se utiliza para evitar el doble conteo de incidentes delictivos. En la NCVS de Estados Unidos esto se hace proporcionando al entrevistador un resumen de los incidentes reportados en entrevistas anteriores y, de ser reportado un incidente similar, se puede determinar si es uno nuevo discutiéndolo con la víctima. Los eventos ocurridos después del periodo de referencia pueden apartarse para incluirlos en los datos de la siguiente entrevista.
CAI	Entrevista Asistida por Computadora. Toda técnica (CAPI, CASI, CATI, CAWI) que utiliza computadoras con una aplicación de software para facilitar el proceso de entrevista. El software administra y uniforma el flujo del cuestionario con base en las respuestas proporcionadas, así como la información ya conocida sobre el participante. Utilizando CAI no es necesario alimentar los datos de la entrevista como proceso adicional.
CAPI	Entrevista Personal Asistida por Computadora. La entrevista ocurre en persona. En lugar de usar lápiz y papel, el entrevistador está equipado de una computadora para CAI.
CASI	Autoentrevista Asistida por Computadora. Las entrevistas se hacen en persona y el encuestado ingresa las respuestas directamente en una computadora. Los entrevistadores pueden proporcionar una breve explicación sobre el uso de la computadora, que puede incluir algunas preguntas de práctica antes de facilitarles la computadora, ya sea para todo el cuestionario o para parte del mismo.
CATI	Entrevista Telefónica asistida por Computadora. Es una técnica de encuesta que permite a los encuestadores ingresar las respuestas directamente en la computadora.
CAWI	Entrevista en Red Auxiliada por Computadora
Cliente	VER INTERESADO
Cifra Negra	Una porción considerable de eventos delictivos nunca son reportados a la policía y por tanto no figuran en ninguna estadística. Este número desconocido se conoce como la “cifra negra” o “cifra oscura” del delito. Las encuestas a víctimas pueden capturar parte de “la cifra negra”.
Codificación de datos	Codificar es el procedimiento técnico para convertir información verbal a números u otros símbolos que puedan ser más fácilmente contados o tabulados.
Divulgación de datos	Se relaciona con la atribución inadecuada de información a un sujeto de datos, sea a una persona física o organización. Tiene dos componentes: identificación y atribución.
Procesamiento de datos	Operación llevada a cabo en los datos para derivar nueva información de acuerdo a un conjunto de reglas dado.
Enumeración	En las matemáticas y en la ciencia teórica de la computación, la enumeración es un procedimiento de listar a todos los miembros de un grupo en alguna secuencia definida o un conteo de objetos de una clase específica. Las dos clases de enumeración suelen traslaparse, aunque no es necesariamente así.
Eurostat	Departamento de Estadística de la Comunidad Europea, establecido en 1953. http://epp.eurostat.ec.europa.eu

Término	Definición
Grupo de enfoque	Técnica de investigación que reúne datos mediante la interacción grupal, como la discusión informal de un tema elegido por participantes escogidos de entre la población de interés. Los grupos de enfoque (o focales) emplean un moderador capacitado y hacen uso de preguntas preparadas o una guía de discusión.
Negativa contundente	El encuestado se rehúsa a la entrevista y se niega a otra cita/no coopera. Este suele ser el final del contacto con un encuestado. Ver también <i>negativa no contundente</i> .
HEUNI	Instituto Europeo para la Prevención y Control del Delito, afiliado a las Naciones Unidas (HEUNI), es la liga Europea en la red de institutos que operan dentro del marco de trabajo del Programa de Prevención del Delito y Justicia Penal de las Naciones Unidas. Se estableció mediante un Acuerdo entre las Naciones Unidas y el gobierno de Finlandia en diciembre de 1981. www.heuni.fi/
Hogar	Ya sea un hogar de una sola persona, definido como una persona que provee sus propios alimentos y demás necesidades básicas sin combinarse con otro para formar parte de un hogar multipersonal, o un hogar multipersonal, definido como un grupo de dos o más personas viviendo juntas y proveyendo en conjunto sus alimentos y demás necesidades básicas. Las personas en el grupo pueden juntar sus ingresos y tener una persona relacionada o no, o una combinación de personas relacionadas o no. En una definición alternativa utilizada en muchos países, el concepto llamado de casa habitación consiste en todas las personas que viven juntas en una unidad habitacional.
Imputación	Procedimiento para introducir un valor para un conjunto de datos donde falta la respuesta o ésta no puede utilizarse.
Incidencia	El número de nuevos casos por unidad de tiempo en una población dada, o un número de nuevos casos dividido entre el tamaño de la población en riesgo.
Índice de incidencia	La incidencia de un evento es el número de nuevos casos durante un periodo específico de tiempo en una población en riesgo de que ocurra el evento. El índice de incidencia es el número de nuevos eventos dividido entre el tamaño de la población en riesgo de que le ocurra el evento.
Escala Likert	Un tipo de medida compuesta desarrollada por Rensis Likert (1932) en un intento por mejorar la medición en la investigación social mediante el uso de categorías de respuesta estandarizadas en los cuestionarios de encuesta. Los elementos de Likert son los que utilizan categorías de respuesta como: totalmente de acuerdo, de acuerdo, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo. Dichos elementos pueden ser utilizados en la construcción de escalas de Likert verdaderas así como en otro tipo de medidas compuesta.
Decadencia de memoria	La decadencia de memoria es un fenómeno natural, parte del proceso de “olvido”. Aunque la decadencia natural no es la única teoría del olvido (por ejemplo, no explica por qué cierta información puede ser temporalmente olvidada y perfectamente recordada después), en las encuestas a víctimas indica que los encuestados pueden sencillamente olvidar incidentes que les ocurrieron.
Archivos de microdatos	Bases de datos electrónicas que abarcan los expedientes individuales de encuesta, vueltos anónimos para su confidencialidad.
Victimización múltiple	El caso de un encuestado que fue víctima de más de un tipo de delito. Difiere de “victimización repetida”, que se refiere al caso de un encuestado que fue víctima del mismo tipo de crimen varias veces.
Muestra no probabilística	Una muestra de unidades donde las unidades elegidas en la muestra tienen una probabilidad desconocida de ser elegidas y donde algunas unidades de la población pueden incluso no tener posibilidad de estar en la muestra. Hay numerosas formas, como las muestras voluntarias (sólo se usan respuestas de voluntarios), las muestras de cuota y las muestras de expertos.
Falta de respuesta	En algunas encuestas, el no obtener información de parte de un individuo dado, por cualquier razón (muerte, ausencia, negativa a responder) suele llamarse “falta de respuesta” y la proporción de tales individuos en la muestra es el índice de falta de respuesta.

Término	Definición
Error fuera de muestreo	Errores en las estimaciones que no pueden ser atribuidos a fluctuaciones de muestreo. Surgen de muchas fuentes, como defectos en el marco, demarcación defectuosa de las unidades de muestra, defecto en la elección de unidades de muestra, errores en la recolección de datos debidos a variaciones personales, malentendidos, sesgos, negligencia o falta de honestidad por parte del investigador o el entrevistado, errores en la etapa de procesamiento de los datos, etc.
Recolección externa de datos	Hacer que una agencia de investigación de mercado u otra similar se encargue de parte del trabajo de la encuesta. Esto puede ser una alternativa más rápida y más barata, y para las agencias que no cuentan con un grupo de entrevistadores de planta u otras formas de infraestructura necesarias para llevar a cabo encuestas basadas en población, puede ser una opción importante que considerar y presupuestar.
Encuesta piloto	Encuesta, generalmente a pequeña escala, llevada a cabo antes de la encuesta principal, básicamente para obtener información para mejorar la eficiencia de la encuesta principal. Por ejemplo, puede usarse para probar un cuestionario, asegurarse del tiempo que toma el procedimiento de campo, o para determinar el tamaño más eficiente de la unidad de muestra. También se usa el término “encuesta de exploración”, pero mayormente en la circunstancia específica de que se sepa poco del material o el campo bajo investigación.
Estadísticas reportadas por la policía	Censo de todas las faltas reportadas a, o detectadas por, la policía y después registradas como delitos.
Preprueba	Antes de comenzar el trabajo de campo de la encuesta, es importante pre-probar el cuestionario para revisar si su redacción comunica correctamente los conceptos importantes a los encuestados. Esto es en particular importante en los cuestionarios traducidos de / a otras lenguas.
Prevalencia, índice de prevalencia	El porcentaje de encuestados que han sido víctimas al menos una vez durante el periodo de referencia. Difiere del índice de incidencia, el cual indica el número de incidentes. La prevalencia de una característica es el número de casos existentes de la característica (en forma típica, una enfermedad o condición de salud), en una población, en un momento determinado. La prevalencia es medida en un punto del tiempo o durante un periodo de tiempo. La tasa de prevalencia es el número de casos existentes de la característica dividido entre el tamaño de la población en la que la característica fue identificada y contada.
Muestreo de probabilidad	Cualquier método de selección de una muestra basado en la teoría de la probabilidad; en cualquier etapa de la operación de selección la probabilidad de que cualquier conjunto de unidades elegidas deba ser conocida. Es el único método general conocido que puede proporcionar un grado de precisión del estimado. A veces se usa el término muestreo al azar en el sentido de muestreo de probabilidad.
Seguridad de calidad	Un patrón planeado y sistemático de todas las acciones necesarias para proporcionar una seguridad adecuada de que un producto se conformará bajo los requisitos establecidos.
Control de calidad	El control de calidad en el proceso de revisión de datos mide el impacto de los ajustes a los datos en los datos. El análisis estadístico del proceso de inspección de datos con el propósito de controlar la calidad de un producto manufacturado producido en gran cantidad tiene como fin dar seguimiento y eliminar las variaciones sistemáticas en la calidad, o reducirlas a un nivel aceptable, dejando la variación restante al azar.
Ayuda para el recuerdo	En las técnicas de ayuda para el recuerdo, se proporcionan a los encuestados listas, guías, marcos de tiempo y otras cosas que tienen como fin suprimir o reducir el número de errores que cometen al recordar lo que les ocurrió. Estos procedimientos y los de delimitación están enfocados a aumentar la calidad de los datos.
Sesgo de lo reciente	Los incidentes más recientes se recuerdan con mayor facilidad que los ocurridos aún unos meses antes. Este fenómeno (similar a la decadencia del recuerdo/memoria) puede originar una tendencia, es decir un efecto que prive al resultado estadístico de representatividad, mediante su distorsión sistemática hacia incidentes más recientes (ver también efecto de <i>telescoping</i> interno).
Delito registrado	Incidente delictivo reportado a las autoridades competentes, normalmente la policía, y que ha sido incluido en los archivos y categorizado como un delito (sinónimo de delito registrado)

Término	Definición
Periodo de referencia	En un sentido, esto es sinónimo de periodo base. También puede referirse a la longitud de tiempo (p. ej., semana o año) para el que los datos son reunidos.
Delito registrado	Incidente delictivo reportado a las autoridades competentes, normalmente la policía, y que ha sido incluido en los archivos y categorizado como un delito (sinónimo de delito registrado)
Victimización repetida	El caso de un encuestado víctima del mismo tipo de delito más de una vez. Difiere de “victimización múltiple”, que se refiere al caso de un encuestado que fue víctima de más de un tipo de delito.
Delito reportado	Incidente delictivo reportado a las autoridades competentes, normalmente la policía.
Encuestado	Son empresas, autoridades, individuos, etc., de quienes se recolectan datos o información relacionada para su uso en la elaboración de estadísticas.
Carga del encuestado	El esfuerzo, en términos de tiempo y costos, requerido para que los encuestados proporcionen respuestas satisfactorias a una encuesta.
Índice de respuesta	El número de encuestados que terminan un cuestionario en comparación con el número asignado, usualmente expresado porcentualmente. También puede aplicarse a preguntas individuales.
Sesgo del muestreo	La parte de la diferencia entre el valor esperado del estimador de la muestra y el valor verdadero de la característica que resulta del procedimiento de muestreo, el procedimiento de estimación o de ambos.
Error de muestreo	La parte de la diferencia entre un valor de población y un estimado del mismo, derivada de muestreo aleatorio, que se debe al hecho de que sólo una muestra de valores es observada, a diferencia de los errores derivados de la imperfección en la selección, tendencias en respuesta o estimados, errores de observación y registro, etc. La totalidad de errores de muestreo en todas las muestras posibles del mismo tamaño genera la distribución de muestreo de la estadística que está siendo utilizada para el valor de origen.
Diseño de investigación	El diseño de investigación – el diseño estadístico para un programa de experimentos que tiene por objeto seleccionar un subconjunto de tratamientos prometedor para su desarrollo posterior. En las encuestas a víctimas, las preguntas de prueba tienen por objetivo determinar la experiencia de victimización del encuestado.
Victimización secundaria	Victimización secundaria es la que ocurre no como resultado directo del acto delictivo, sino mediante la respuesta de instituciones e individuos a la víctima. (Consejo Europeo, Comité de Ministros. Recomendación Rec(2006)8 a Estados Miembros en la asistencia a víctimas del delito).
Sensibilización	Los entrevistadores involucrados en encuestas a víctimas requieren de capacitación especial para poder hacer preguntas sensibles y manejar profesionalmente con las emociones del encuestado.
Negativa no contundente	La primera vez que un encuestado se niega a participar en la encuesta, puede ser registrada como “negativa no contundente” y pueden hacerse más intentos de reclutarlo para la encuesta. La “negativa no contundente” puede convertirse en “negativa contundente” (ver arriba) cuando el encuestado claramente indica que no piensa cooperar.
Interesados	Un interesado es una persona o un grupo de personas que tienen una acción o una participación personal o financiera en un negocio o empresa. En el caso del sistema estadístico de justicia penal, los interesados son muchos y pueden incluir empleados del gobierno, personal del sistema judicial, los medios, investigadores, estudiosos y al público.
Población de encuesta	Una encuesta es una investigación sobre las características de una población dada por medio de la recolección de datos de una muestra de esa población y del estimado de sus características mediante el uso sistemático de métodos estadísticos.
Población objetivo	La población objetivo es el grupo de unidades a estudiar, por ejemplo, la población en general o las empresas. En relación a la victimización, la población objetivo es el conjunto de unidades que pudieran ser víctimas de los delitos estudiados.

Término	Definición
Telescoping (interno/externo)	Es el fenómeno por el cual los encuestados tienden a cambiar el recuerdo del tiempo en que los incidentes ocurrieron. <i>El externo</i> se refiere a eventos ocurridos fuera del periodo de referencia de la encuesta, pero que se mencionan al entrevistador como si hubieran ocurrido dentro del mismo. <i>El interno</i> es la tendencia de los encuestados a recordar incidentes delictivos como ocurridos más recientemente de lo que en realidad lo hicieron. Los incidentes dentro del periodo de referencia de la encuesta pueden ser llevados por los encuestados de un pasado más distante a uno más reciente.
Apuntalar el pasado	Apuntalar el pasado es una técnica para ayudar al encuestado a colocar correctamente sus recuerdos sobre un incidente dentro de un marco de tiempo usando, por ejemplo, fechas personales importantes (p. ej., cumpleaños) y otros eventos. (Ver también Delimitación y Ayuda al recuerdo).
Incidentes infundados	Incidentes infundados son aquellos que son descartados por no haberse podido probar que eran delitos o si no ocurrieron como fueron reportados.
Víctima	Personas que individual o colectivamente han sufrido daños, incluidos los físicos y los mentales, el sufrimiento emocional, las pérdidas económicas o la disminución sustancial de sus derechos fundamentales mediante actos u omisiones que violan las leyes penales vigentes dentro de los Estados Miembro, incluyendo a las leyes que proscriben el abuso delictivo del poder. (Declaración de los Principios Básicos de Justicia para Víctimas del Delito y del Abuso del Poder de las Naciones Unidas, 1985)
Delito sin víctima	Formas de comportamiento ilegal que es poco probable que lleguen al conocimiento de la policía por ser de naturaleza consensual, por lo que las víctimas no tienen razón para quejarse ante la policía.
Victimización	La manera en que un delito afecta a una persona o a un hogar. Para delitos personales, el número de victimizaciones es igual al número de víctimas involucradas. El número de victimizaciones puede ser mayor que el número de incidentes porque más de una persona puede ser victimizada durante un incidente. Cada delito contra un hogar se asume que implica a una víctima, el hogar afectado.
Índice de victimización	Medición de la incidencia de victimizaciones en un grupo de población específico. Se puede calcular como un número por 100 o por 1000 y ser basado en hogares o en individuos.
Datos ponderados	Los datos recolectados a través de los encuestados pueden ser ajustados para representar a la población de la que se tomó la muestra. Se pueden pesar los datos para compensar la falta de representación de encuestados en algunos grupos, por ejemplo, los niños pequeños o las mujeres de la tercera edad. El proceso de pesar implica el cálculo y la asignación de un peso a cada encuestado, con base en la información externa requerida para aumentar el valor de un elemento o más de datos en particular para darle(s) más significado en el análisis de los resultados.

A. Referencias

The International Statistical institute, Multilingual Glossary of Statistical Terms, <http://isi.cbs.nl/glossary.htm>.

OECD Glossary of Statistical Terms. <http://stats.oecd.org/glossary/>.

The Oxford Dictionary of Statistical terms, (2003). Edited by Yadolah Dodge, Oxford University Press.

Survey Methodology for Criminal Victimization in the United States, (2006). <http://www.ojp.usdoj.gov/bjs/abstract/cvus/methodology.htm>.

United Nations Manual for the Development of A System of Criminal Justice Statistics. (2003). Series F No. 89, New York, 2003. <http://unstats.un.org/unsd/pubs/gesgrid.asp?id=36>.

United Nations. Principles and Recommendations for Population and Housing Censuses, Revision 1. Series M, No. 67, Rev. 1 (United Nations publication, Sales No. E.98.XVII.1). <http://unstats.un.org/unsd/pubs/gesgrid.asp?id=127>.

APÉNDICE B – OTRAS ENCUESTAS SOBRE DELITOS Y VICTIMIZACIÓN (ENCUESTAS A NEGOCIOS, ENCUESTAS SOBRE CORRUPCIÓN)

A. Encuestas a negocios

1. Las encuestas de victimización en el sector privado son relativamente más recientes que las de hogares. Representan una herramienta poderosa para medir la experiencia de las empresas en lo referente a la delincuencia y la seguridad, así como sus percepciones y actitudes. En muchos aspectos, estas encuestas son similares a las encuestas de victimización en los hogares. Esta sección proporciona información sobre algunos asuntos metodológicos que son privativos de este tipo de encuesta, y que han sido tomados de ejemplos de algunos países en los que se aplica.
2. Un ambiente seguro es considerado generalmente como prerrequisito del desarrollo. Entre los problemas delictivos, en todos los países del mundo la corrupción se percibe como uno de los más peligrosos para la economía. Impide el desarrollo y representa un reto serio para el crecimiento de los países en vías de desarrollo, además erosiona la vigencia de la ley en muchos países desarrollados.
3. Las empresas están más expuestas al delito que los individuos o los hogares, especialmente en lo que se refiere a ser víctimas del crimen organizado, de sobornos/fraudes, falsificaciones, demandas de dinero para protección, intimidaciones y extorsiones. Los delitos en contra de las empresas pueden dar como resultado consecuencias que afecten a comunidades enteras. Las empresas pequeñas con pocos recursos pueden verse obligadas a cerrar debido a actos delictivos, dando como resultado la pérdida de empleos y de oportunidades de crecimiento económico. El delito puede ser un elemento importante en el proceso de toma de decisiones de los inversionistas en lo que se refiere a si se establece y a cuándo se establece un negocio, por lo que el conocimiento del impacto del delito en las empresas es de suma importancia.

Comprensión de la estructura y la cultura empresarial

4. Antes de comenzar una encuesta a empresas, es esencial tener una visión general adecuada de la población de referencia y tomar en cuenta las diferencias regionales. Ello puede requerir investigar la situación económica, la estructura de las empresas y su cultura. Por ejemplo, puede ser útil desarrollar un perfil de la comunidad empresarial objeto considerando la estructura (pequeña, mediana, gran empresa), el tipo de actividad económica.¹ Y lo que culturalmente se entiende por “hacer negocios” en el lugar de la encuesta.² Se puede obtener más información de otras fuentes importantes.³
5. Las encuestas a empresas generalmente se dirigen a negocios de pequeño a mediano tamaño. Varias encuestas se concentran en los minoristas, tomando en consideración su proximidad al público y su exposición al delito.

Objetivos de las encuestas de negocios

6. Las encuestas de negocios pueden tener los siguientes objetivos:
 - Evaluar el tipo y la extensión de los delitos cometidos contra negocios;
 - Evaluar el impacto del delito y la corrupción en los negocios y los costos relacionados;
 - Evaluar las medidas preventivas tomadas por los negocios así como su voluntad para comprometerse con iniciativas para la prevención del delito con la comunidad local;
 - Evaluar las percepciones y actitudes del sector privado en un amplio rango de temas relativos al delito y la corrupción.

Modalidad de la encuesta

7. Las encuestas de negocios pueden utilizar los mismos métodos aplicados a las encuestas de hogares. Tomando en cuenta la posibilidad de que los negocios tengan teléfono y/o acceso a computadoras, las encuestas telefónicas o por la web pueden ser más utilizadas con los negocios que con los hogares.

1 Por ejemplo, ver las clasificaciones internacionales de actividades económicas/industrias como la Clasificación Industrial Internacional Estándar (ISIC –ver <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp>) o la Clasificación Estándar de Actividades Económicas en la Comunidad Europea (NACE, ver http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC).

2 Por ejemplo, revisando los 10 temas, conformados por una variedad de indicadores, del “Proyecto hacer negocios” del Banco Mundial <http://www.doingbusiness.org/>.

3 Por ejemplo, el “Observatorio de Empresas Europeas Pequeñas y Medianas” de Eurostat (http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/analysis/observatory_en.htm) y el Grupo del Banco Mundial.

Como es el caso con las encuestas a hogares, cada modalidad tiene sus ventajas y desventajas. Un resumen de ventajas y desventajas de modalidades de encuestas puede encontrarse en la Parte IV. J de este manual.

RECUADRO 1: LA ENCUESTA ITALIANA DE VICTIMIZACIÓN A NEGOCIOS

La Encuesta Italiana de Victimización a Negocios fue llevada a cabo por el Ministerio del Interior italiano— Transcribe en 2008. La encuesta fue en forma de un cuestionario en línea.

Cuestionario

El cuestionario utilizado está en parte basado en una combinación de cuestionarios de victimización de la encuesta británica sobre el delito (BCS) de la Oficina Local de Reino Unido, la Encuesta de Delito y Corrupción de Negocios ONUDD y el Instituto Italiano de Estadística (Istat), pero en ciertas partes es distinto.

Diferentes secciones abordan delitos comunes, soborno/corrupción, crimen organizado y temor al delito. La versión final del cuestionario contiene cerca de 190 preguntas que cubren las siguientes secciones:

SEC. 1 — Introducción a la encuesta;

SEC. 2 — Inicio de la Encuesta;

SEC. 3 — Información de las instalaciones de los negocios y de los encuestados (gerente de seguridad)

SEC. 4 — Temor al delito y al desorden urbano;

SEC. 5 — Delito en la calle (robo, fraude, vandalismo);

SEC. 6 — Falsificación;

SEC. 7 — Delitos cibernéticos;

SEC. 8 — Intimidaciones y amenazas;

SEC. 9 — Chanchullo, extorsión, usura;

SEC. 10 — Confianza en la policía;

SEC. 11 — Seguros;

SEC. 12 — Medidas de prevención del delito

Muestreo

El diseño del muestreo de la Encuesta Italiana de Victimización a Negocios consiste en los siguientes cuatro estratos:

Las 30 provincias de seis regiones del sur de Italia y las restantes 14 regiones italianas. El sur de Italia ha sido sobre muestreado debido a la importancia de esta región en cuanto al fenómeno del delito contra negocios;

Municipios, capitales de las provincias y los municipios restantes;

Sectores de actividad económica (NACE): 12 niveles C) Minas y canteras, D) Manufactura, E) Electricidad, gas y suministro de agua, F) Construcción, G) Comercio de mayoreo y menudeo; reparación de vehículos, motocicletas y artículos personales y del hogar, H) Hoteles y restaurantes, I) Transporte, almacenamiento y comunicaciones, J) Intermediación financiera, K) Bienes raíces, alquiler y actividades comerciales, M) Educación, N) Salud y trabajo social, O) Otras actividades de servicio comerciales, comunitarias, sociales y personales;

Tamaño de las instalaciones (número de empleados): cuatro categorías (2–9 empleados; 10–19 empleados; 20–49 empleados; 50–249 empleados).

La muestra total consistió en 83 136 instalaciones de negocios.

Recordatorios

Se enviaron recordatorios a los negocios para solicitar respuesta. En algunos casos, los recordatorios fueron útiles para verificar si los comercios habían recibido las cartas de introducción con la dirección del sitio web y la contraseña para ingresar al cuestionario.

A fin de solicitar a los negocios que respondieran el cuestionario, tres diferentes tipos de recordatorio (teléfono, fax y correo electrónico) fueron planificados durante el periodo de recolección de datos. Este procedimiento probó ser sumamente útil: unos 24 913 comercios fueron contactados con el recordatorio, el 58 % estableció que no recibió carta de introducción alguna y el 22 % no sabía si la había recibido. El 57 % pidió que se le enviara la carta de nuevo.

B. Diseño de la muestra

Cobertura de las encuestas de negocios

8. Las encuestas para el sector privado diseñadas para medir la victimización pueden tener un alcance más amplio o más limitado según el tipo de negocios incluidos. Por ejemplo, las encuestas pueden seleccionar su cobertura dependiendo del sector económico, tamaño de la empresa o ubicación geográfica o comercial. El recuadro B.2 muestra ejemplos de cobertura de algunas encuestas nacionales para los negocios.

RECUADRO 2: EJEMPLOS DE COBERTURA DE LAS ENCUESTAS NACIONALES DE VICTIMIZACIÓN A LOS NEGOCIOS

La Encuesta de Victimización Comercial llevada a cabo por la Oficina Local en Inglaterra y Gales en 2002 [J. Shury, M. Speed, D. Vivian, A. Kuechel, S. Nicholas, 2005: 1] se enfocó exclusivamente en las instalaciones de comercio al menudeo y manufactura con menos de 250 empleados.

El Monitor de Delito de Negocios llevado a cabo por WODC en los Países Bajos en 2004-2005, entrevistó a negocios de la construcción, el comercio, alimentos, transporte e industria de servicio a las empresas (WODC, 2006).

La Encuesta Italiana de Victimización a los Negocios, llevada a cabo por el Ministerio Italiano del Interior — Transcrime en 2008, incluyó a la mayoría de los sectores económicos, pero no consideró empresas de una sola persona. Tomando en cuenta que no hay datos disponibles en la base de datos italiana sobre las instalaciones de los negocios (ASIA) en algunos sectores económicos, se hicieron las siguientes excepciones:

- agricultura, caza y silvicultura (sección A de la clasificación NACE); pesca (sección B de la clasificación NACE);
- la administración pública y la defensa, la seguridad social de afiliación obligatoria (sección L de la clasificación NACE);
- actividades de los hogares (sección P de la clasificación NACE);
- organizaciones y cuerpos extra-territoriales (sección Q de la clasificación NACE).

9. Muchas consideraciones pueden afectar las decisiones sobre la cobertura:
 - a) El objetivo de la encuesta. Por ejemplo, una encuesta diseñada para identificar el apoyo requerido por pequeños comerciantes al menudeo para reducir el delito, necesariamente tendrá como objetivo a los pequeños minoristas en lugar de las grandes empresas;
 - b) La disponibilidad de marcos de muestreo idóneos y la accesibilidad al sector o sectores de interés;
 - c) La carga de la encuesta sobre las empresas mismas y sus posibles efectos en los índices de respuesta;
 - d) Los recursos disponibles;
 - e) La complejidad del tipo o tipos de victimización que la encuesta pretende abordar.
10. Las muestras de la encuesta deben ser lo suficientemente grandes como para proporcionar una base suficiente para el análisis de acuerdo al criterio alrededor del cual se seleccionaron. Por esta razón, las muestras estratificadas son a menudo preferidas para estas encuestas. Tomando en cuenta el gran número de sectores de actividad económica, es importante identificar las categorías homogéneas en las cuales un número suficiente de unidades puede ser alcanzado para proporcionar un marco de interpretación de resultados. Lo mismo aplica para el tamaño de las empresas: es necesario identificar un marco adecuado de empresas a partir del tamaño del grupo en cuestión.
11. Puede ser importante conducir alguna investigación preliminar dada la posibilidad de que algunas empresas seleccionadas sean sucursales de organizaciones comerciales más grandes o partes de una cadena. Respecto a esto, debe quedar claro en el cuestionario — y en particular para las instrucciones a los entrevistadores — si las respuestas esperadas son acerca de experiencias/actitudes de la empresa como un todo, o sólo como la sucursal/la ubicación en sí misma. En la mayoría de las encuestas, el “establecimiento” (el local físico en donde el encuestado está ubicado) representa la unidad principal de la encuesta. El concepto de “establecimiento” es preferible por las siguientes razones:
 - Podría ser posible incluir en la muestra más de una sucursal de la misma empresa, así, más de un encuestado podría hacer referencia a un mismo incidente;
 - Podría ser difícil para la persona que contesta responder sobre incidentes en toda la compañía (empresa).

Encuestados

12. Más allá de una selección de una muestra representativa de negocios, es necesario identificar a una persona dentro de la empresa para que sea entrevistada. Sería deseable que los perfiles de los encuestados sean consistentes en todos los negocios encuestados. La identificación de los encuestados de un nivel similar será más difícil si la muestra incluye negocios de tamaños muy diferentes.
13. El encuestado deseado en una encuesta de victimización a negocios es un alto directivo con conocimiento general de lo que pasa en la compañía, en particular, éste deberá tener conocimientos de los niveles y los tipos de delito de los que la empresa ha sido víctima, y acerca de todas las medidas adoptadas en las instalaciones del negocio a fin de prevenir y responder al delito. En general, esta persona será el gerente directivo, o el director general o el propietario de la empresa. Las compañías más grandes podrían tener un gerente responsable del manejo de riesgo y la seguridad. En otros casos, dependiendo del tipo y

el tamaño de la empresa, la entrevista puede ser conducida con el director comercial/de mercado, el gerente principal de las instalaciones, el empleado responsable de la seguridad, el director de finanzas, el gerente de producción, la secretaria de la compañía u otros gerentes responsables. Finalmente, en el caso de negocios muy pequeños, el encuestado puede ser el propietario o un miembro de la familia.

Primer contacto

14. El primer contacto es sumamente importante para proporcionar a las compañías una información completa sobre el alcance, los objetivos y los acuerdos institucionales de la encuesta, así como el uso que se pretende dar a los resultados. También es crucial proporcionar referencias y número telefónicos con el fin de que la legitimidad de la encuesta pueda ser verificada.

A fin de obtener respuesta y ganar la confianza de las empresas, puede ser útil proporcionar una amplia información sobre la encuesta de victimización a negocios a través de los medios de comunicación. También puede ser útil indicar dónde se puede acceder/descargar de Internet el cuestionario completo y las notas informativas sobre el tratamiento dado a los datos personales. Puede ser útil especificar que es importante ser entrevistado aun cuando la empresa no haya sido víctima de ningún delito.

RECUADRO 3: ENCUESTA DE DELITO Y CORRUPCIÓN EN LOS NEGOCIOS (CCBS, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS), INTRODUCCIÓN PARA EL PRIMER CONTACTO

En 2006, durante el desarrollo de la metodología para la Encuesta de Delito y Corrupción en los Negocios (CCBS), las encuestas piloto llevadas a cabo en Canadá y Bulgaria consideraron dos métodos de introducción por teléfono: a) entrevista inmediata y b) contacto para presentar la encuesta y concertar una cita. Tomando en cuenta el bajo índice de respuesta de las encuestas a negocios, puede haber ventajas y desventajas en cada uno de estos métodos.

(i) Llamada telefónica y entrevista inmediata

En el piloto de CCBS en Canadá,⁴ las llamadas telefónicas fueron dirigidas a la identificación del encuestado idóneo y su entrevista inmediata. Las llamadas se realizaron en horas de apertura y cierre de las empresas, bajo el supuesto de que esos horarios podrían causar una menor interferencia a las actividades de la empresa. El siguiente es el texto leído por el entrevistador:

Buenos días /tardes/noches. Soy entrevistador de...

Estamos llevando a cabo una entrevista sobre (seguridad) de las empresas. Su negocio ha sido seleccionado aleatoriamente de la base de datos... de las empresas para participar en la encuesta.

La encuesta es parte de un proyecto internacional (opcional: de las Naciones Unidas) que se está realizando en muchos países alrededor del mundo. El objetivo de esta investigación es obtener información sobre la experiencia y las opiniones de las empresas, con el fin de asistirles en la prevención del delito y la corrupción.

Necesito plantear unas cuantas preguntas al director responsable del establecimiento. ¿Puede preguntarle si está disponible, por favor?

En este caso, antes de la llamada de entrevista, puede ser posible tratar de identificar el puesto o el nombre del encuestado deseado a partir de otras fuentes (por ejemplo, listas públicas, o bien, hablando con la recepcionista de cada negocio). El entrevistador llama y presenta brevemente la entrevista antes de pedir ser comunicado con el encuestado deseado.

Es posible que el encuestado deseado esté disponible inmediatamente. En tal caso, el entrevistador debe estar listo para continuar ofreciendo más información sobre la encuesta y el proceso de la entrevista antes de empezar con ésta.

En la gran mayoría de los casos, el encuestado deseado no estará disponible. Los entrevistadores deben verificar si hay otra persona que pudiera tener un perfil correspondiente y esté disponible para ser entrevistada, o solicitar una cita con la persona que no está disponible en ese momento. Hay ventajas y desventajas en los dos escenarios. Si otra persona está disponible, existe la ventaja obvia de que la entrevista con el negocio en cuestión queda asegurada en el primero intento. Sin embargo, esta persona puede no tener un conocimiento profundo o puede no estar autorizada para responder acerca de incidentes ocurridos en los locales del negocio. El entrevistador debe evaluar — con tacto y diplomacia — si esta persona es idónea como encuestado. Esto se puede hacer preguntando si se considera a sí mismo calificado para contestar preguntas sobre seguridad/protección en representación de la compañía.

Si no hay un encuestado alternativo disponible, es necesario insistir en concertar una cita con el encuestado deseado. Esto puede resultar en una negativa (el encuestado deseado podría no tener espacio en su agenda de trabajo, etc.), en una cita programada pero no realizada o una entrevista.

(ii) El contacto telefónico para presentar la encuesta para una posterior entrevista

El mismo proceso descrito anteriormente puede ser utilizado para presentar la encuesta y acordar una hora para la entrevista. Cuando se hace un contacto con el encuestado apropiado en el negocio, se le pregunta cuál es el horario más conveniente para llevar a cabo la entrevista. Dependiendo de los arreglos generales de la encuesta, a aquellos que acuerdan participar se les debe de dar la opción de contestar la entrevista por teléfono o en persona.

⁴ ONUDD, 2006.

15. La selección del encuestado se puede realizar durante el primer contacto con la empresa seleccionada. Una llamada telefónica o una carta son generalmente utilizadas para concertar una cita con las empresas. Este primer contacto tiene como meta fomentar la respuesta y es una posibilidad para evaluar las políticas de la empresa relativas a las encuestas. Los recuadros B.3 y B.4 muestran ejemplos de los primeros contactos.

RECUADRO 4: CARTA DE INTRODUCCIÓN: UN EJEMPLO DE LA ENCUESTA ITALIANA DE VICTIMIZACIÓN A NEGOCIOS

Una carta de introducción puede sustituir el contacto telefónico. La carta tiene la ventaja de dar a la empresa/director que la recibe un mayor tiempo para decidir si aceptar y cuándo aceptar la entrevista. La desventaja es que no hay posibilidad de contestar dudas que la empresa pueda tener sobre la encuesta y el proceso entero se retrasa. Además, aunque la compañía pudiera considerar favorablemente la entrevista, responder a la carta y concertar una cita requieren de trabajo extra que algunos podrían no estar listos para realizar. Los negocios italianos tuvieron su primer contacto con la Encuesta de Victimización a Negocios mediante una carta de introducción escrita por el Ministerio del Interior junto con Transcrime.

Los puntos clave de esta carta fueron:

Ésta fue dirigida al gerente y al director de seguridad: esto fue hecho a fin de garantizar que la persona objetivo pudiera ser alguien con conocimientos generales de lo que sucede en la empresa, y que esté al tanto de los niveles y tipos de delito de los que la empresa haya sido víctima, y de las medidas adoptadas en las instalaciones del negocio con el fin de prevenir y responder al delito.

En la carta se pidió colaboración para la encuesta, y se explicó brevemente el contenido principal de la encuesta con el fin de dar al encuestado el tiempo suficiente para obtener información y dar una respuesta. Se aclaró que el cuestionario de la encuesta cubría diferentes temas: el riesgo de la decadencia urbana y el delito en los negocios de la zona; información sobre delitos sufridos en los doce meses previos a la entrevista (en particular robo, fraude, vandalismo, falsificación, crímenes cibernéticos, corrupción, extorsión, usura); confianza en la policía; seguros y medidas de prevención del delito.

Se aclaró el concepto de local del negocio y se subrayó el hecho de que cada local debe responder con respecto a sus propias actividades y a su propia área de trabajo.

Se pidió al gerente responder el cuestionario en línea y se le dio la dirección del sitio web en el que éste se localizaba, así como una contraseña confidencial a fin de obtener acceso al sitio web. Éste explicaba la importancia de la colaboración con la encuesta y el método para recibir información más precisa sobre el proyecto: a fin de ganar la confianza de las empresas, un reporte informativo fue publicado en el sitio web de Transcrime (www.transcrime.it), con todos los detalles de la Encuesta de Victimización a Negocios. También era posible descargar el cuestionario completo y el reporte de información sobre el trato dado a los datos personales desde el sitio web de Transcrime. La información sobre la encuesta también fue publicada en el sitio web del Ministerio Italiano del Interior.

16. Una vez que la empresa ha sido identificada, el primer contacto puede ser hecho ya sea por teléfono o por carta, o ambos, con miras a la selección del encuestado final. Además, se debe tener en cuenta que las encuestas a negocios adolecen de un índice de respuesta muy bajo

Questionnaire

17. 18. El contenido del cuestionario debe considerar los objetivos del mismo, las características de la población de referencia (la estructura y la cultura de los negocios) y la necesidad de recabar información sobre fenómenos particulares que afectan los negocios en el/los diferente(s) lugar(es) en que la encuesta ha de llevarse a cabo.

18. Es importante probar el cuestionario para asegurarse de que tenga un lenguaje apropiado y de que las preguntas sean claras, así como de que el mismo tenga consistencia interna. Más aún, la prueba debe considerar si el cuestionario proporciona una visión completa de los asuntos objeto de la encuesta y si las preguntas son comprendidas de manera diferente por encuestados de distintos sectores económicos.

Experiencia de delitos

19. Los cuestionarios para encuestas a los negocios pueden cubrir temas similares a los de las encuestas a los hogares. Los siguientes asuntos pueden estar presentes para atestiguar la victimización de los negocios.

- Fraude (por parte de empleados, por parte de terceros);
- Extorsión (incluyendo amenazas, intimidación, pedidos de dinero para protección);

RECUADRO 5: LA ENCUESTA DE NEGOCIOS SOBRE DELINCUENCIA Y CORRUPCIÓN, Y CONCIENCIA DE LA EFCC EN NIGERIA

La encuesta de Negocios sobre Delincuencia y Corrupción, y Conciencia de la Comisión de Delitos Económicos y Financieros (EFCC por sus siglas en inglés), fue llevada a cabo por el Departamento Nacional de Estadística (NBE por sus siglas en inglés) en colaboración con la EFCC en 2007. La encuesta tiene como fin medir la percepción de la corrupción y conciencia de la EFCC dentro de la comunidad comercial, con el objetivo a largo plazo de apoyar al gobierno en sus esfuerzos para combatir los delitos económicos y financieros.

Cobertura y alcance

La encuesta se realizó en todos los estados de la federación, incluyendo el Territorio Capitalino Federal (FCT, por sus siglas en inglés), en la comunidad comercial, incluyendo 2 775 establecimientos/agencias/paraestatales a niveles de gobierno federal, estatal y local de catorce sectores económicos conforme a la clasificación UNIDO ISIC. El cuestionario cubrió las siguientes áreas: características del establecimiento/negocio; experiencia de delito/victimización, sobornos y corrupción, intimidación, extorsión; acceso al sistema judicial; prevención del delito; conciencia de la EFCC.

Muestreo

La selección de las muestras se hizo utilizando tres marcos de establecimiento disponibles en el NBS (División de Encuestas y Censos Económicos del NBS, Encuesta Nacional Rápida de Generación de Empleos de 2006 (NQEES, por sus siglas en inglés) y la Encuesta Económica Colaborativa NBS/CBN/NCC del 2006). El procedimiento de selección del número requerido de establecimientos se basó en los siguientes parámetros:

- (i) Tamaño del empleo, es decir, estratos de 10 y más
- (ii) Contribución del sector al GDP
- (iii) Conocimiento previo del desempeño de los sectores en la economía

Se seleccionaron un total de 2 775 establecimientos en todo el país y se distribuyeron entre 14 sectores económicos en los 36 estados de la Federación y en el Territorio Capitalino Federal, Abuja. Se logró un índice de respuesta de cerca del 80% a nivel nacional, resultando en 2203 encuestados válidas.

Principales Retos

Este tipo de encuesta presenta un número de obstáculos típicos de la entrevista sobre asuntos altamente delicados, como el delito y la corrupción, tales como pobreza en la respuesta y falta de cooperación. Otros problemas pueden originarse en el procedimiento de muestreo, los cuales pueden incluir encuestados localizados en áreas extremadamente difíciles de alcanzar. Las listas de los negocios pueden llegar a ser obsoletas con mucha facilidad, dando como resultado direcciones inexistentes en la muestra. Tomando en consideración que las comunicaciones telefónicas también eran pobres, el equipo de encuestadores perdió una cantidad de tiempo importante. También se consideró que el costo del transporte –especialmente hacia áreas remotas– había sido calculado demasiado bajo, dando como resultado un presupuesto insuficiente para el trabajo de campo. El equipo de encuestadores notó que una publicidad mayor de la encuesta hubiera, probablemente, ayudado a una mayor cooperación por parte de los encuestados.

- Corrupción (por ejemplo, sobornos que la compañía haya tenido que pagar a servidores públicos para obtener permisos; sobornos en el sector privado);
- Violencia en el lugar de trabajo;
- Robo por empleados, por terceros); robo de vehículos;
- Robo y asalto;
- Vandalismo y daños a la propiedad del negocio;
- Falsificación;
- Delitos cibernéticos.

20. El cuestionario puede incluir preguntas sobre si alguno de los delitos incluidos en la encuesta ocurrió en las instalaciones del negocio durante el periodo de tiempo al que la misma se refiere. Es importante enfocarse en delitos ocurridos en las instalaciones para evitar referencias a incidentes ocurridos en otros lugares y acerca de los cuales los encuestados puedan tener conocimiento limitado.

Seguimiento a las víctimas

21. El cuestionario puede incluir el mismo tipo de preguntas de seguimiento que las previstas para encuestas a hogares, como las tendientes a establecer que el incidente ocurrió, cuántas veces ocurrió, si fue reportado a la policía y si quien lo cometió fue identificado.

22. El costo de los delitos experimentados por los negocios se añade al costo que el sector privado enfrenta para prevenir convertirse en víctima. Estos costos tienen un efecto en la economía en términos

de precios pagados por el público por los productos finales, pero también en el riesgo de pérdidas financieras que dan como resultado daños a la sociedad. Ya que la encuesta puede abordar diferentes tipos de delito, puede incluir preguntas específicas encaminadas a medir el daño consecuente.

Actitudes/percepciones

23. Las encuestas a los negocios pueden incluir una amplia gama de preguntas actitudinales enfocadas a capturar las percepciones de los encuestados, como representantes de sectores económicos elegidos, acerca de asuntos que probablemente afecten al sector privado, incluyendo, por ejemplo:

- Opinión general sobre la situación delictiva;
- Temor al delito y percepción de la posibilidad de que delitos específicos contra la empresa ocurran
- Relación con la policía y las autoridades;
- Seguros;
- Participación en iniciativas de prevención del delito en la comunidad.

24. Las encuestas a los negocios pueden reunir información crucial sobre la corrupción. Por esta razón, la sección relevante del cuestionario puede incluir preguntas actitudinales a los encuestados tales como su percepción de la integridad del sector público, evaluación de la prestación de servicios, conocimiento de mecanismos contra la corrupción y conocimiento de a qué autoridades se debe reportar la corrupción. El recuadro 6 muestra una lista de asuntos que se pueden abordar mediante el cuestionario en esta área.

RECUADRO 6: ENCUESTAS A NEGOCIOS; EJEMPLO DE INDICADORES DE CORRUPCIÓN

Indicador (corrupción)	Definición
Obstáculos a negocios	Porcentaje de encuestados que piensan que la corrupción es un obstáculo para los negocios.
Ventaja competitiva percibida del mercado informal	Porcentaje de encuestados que piensan que las empresas que operan en el mercado informal obtienen ventajas significativas/muy significativas en relación a costos/gastos en comparación con los negocios “limpios”.
Clima de corrupción percibido	Porcentaje de encuestados que piensan que las empresas tienen la obligación de hacer pagos o retribuciones extraoficiales a servidores públicos para que “se hagan las cosas” en operaciones normales de los negocios.
Conocimiento de prácticas de corrupción	Porcentaje de encuestados que tienen conciencia de cuánto tendría que pagar un negocio en su sector como pagos o retribuciones extraoficiales a servidores públicos para que “las cosas se hagan”.
Experiencia de corrupción	Porcentaje de encuestados a los que se pidió por parte de servidores públicos el pago por servicios que deberían haber sido proporcionados gratuitamente (durante el periodo de referencia)
Tipo de servidor público involucrado en la corrupción	Porcentaje de encuestados a los que se pidió por parte de servidores públicos el pago de servicios, por tipo de servidor público involucrado.
Experiencia de corrupción entre particulares	Porcentaje de encuestados a quienes se ofreció mordida por parte de otros negocios (durante el periodo de referencia).
Frecuencia percibida de prácticas corruptas	Porcentaje de encuestados que piensan que ciertos escenarios de corrupción son frecuentes/muy frecuentes en su ámbito de negocios.
Probabilidad de corrupción	Porcentaje de encuestados que creen que ciertas categorías de servidor público son probablemente/muy probablemente corruptas
Clima de inversión	Porcentaje de encuestados que alguna vez han decidido no hacer una inversión importante por temor a tener que pagar sobornos.
Percepción de cambio en la corrupción	Porcentaje de encuestados que creen que ciertos tipos de comportamiento relacionados con la corrupción han sido mejorados o empeorados durante un periodo de referencia dado.

Proporcionar los resultados a los responsables de las políticas

25. Es importante incluir en la planeación de la encuesta una oportunidad de compartir los resultados con los investigadores, los administradores de justicia penal, los responsables de las políticas y el sector comercial, incluyendo a los representantes de las asociaciones de empresarios y principales sindicatos.
26. Las presentaciones en PowerPoint y las noticias de prensa pueden facilitar la lectura de los resultados por parte de los medios y de todas las partes interesadas.

C. Encuestas sobre corrupción en el sector público

27. Más allá de las encuestas en el sector privado, como respuesta a la demanda creciente de instrumentos para medir la corrupción, las encuestas sobre corrupción en el sector público se van volviendo más frecuentes, a fin de arrojar luz sobre los puntos de vista de los empleados públicos. Una definición sencilla de corrupción es: “mal uso del puesto público para beneficio privado”. Las experiencias y percepciones de los empleados del sector público, a quienes con frecuencia se tacha de ser agentes de la corrupción, son cruciales para entender mejor el fenómeno de la corrupción y la debilidad del sistema.

28. Tales encuestas ponen énfasis en las condiciones de trabajo y en la integridad e investigan posibles áreas o comportamientos con mayores riesgos de corrupción. Como resultado, las experiencias, percepciones y expectativas de los empleados públicos pueden proporcionar información crucial sobre su integridad (o falta de integridad), proporcionando así indicadores reales de corrupción. Las encuestas de oficiales de policía, empleados del poder judicial y otros empleados de varios sectores de la administración pública (como salud, educación, comunicaciones y transportes, etc.) son un medio importante para complementar la información sobre los delitos y la victimización obtenida en las encuestas a los hogares y a los negocios.

29. Como se discutió en la Parte IV.E del Manual, la corrupción es un tema frecuentemente abordado en las encuestas a hogares, especialmente en lo que se refiere a la medición de la prevalencia de pagos de sobornos entre la población encuestada. La población en general también puede ser encuestada en otras encuestas de usuarios de servicios públicos. Por ejemplo, las encuestas pueden tener como objetivo muestras de la población que llenó reportes ante la policía después de haber sido víctima de un delito, para medir su satisfacción con la experiencia de reportar el hecho. Otras encuestas pueden enfocarse en usuarios de otros servicios públicos, por ejemplo los tribunales. Estas encuestas pueden enfocarse en la prestación de servicios y tener como objetivo evaluar la calidad de los servicios mediante la evaluación de los tiempos de respuesta, la eficiencia y la integridad de los empleados.

Cuestionario

30. Las encuestas de empleados públicos abordan la forma en que funciona el servicio público, la integridad, la motivación y el nivel de satisfacción de los trabajadores. El cuestionario puede cubrir las siguientes áreas principales:

- Demografía y experiencia de trabajo;
- Posición dentro de la estructura;
- Reclutamiento y selección;
- Capacitación;
- Ambiente de trabajo y organización;
- Satisfacción con el empleo actual;
- Calidad del servicio;
- Percepciones sobre la integridad

31. Entre los asuntos relacionados con la corrupción que pueden ser abordados por encuestas de servidores públicos, es importante considerar la experiencia directa de recibir (y aceptar), ofertas de sobornos. Más aún, un aspecto importante de estas encuestas es la posibilidad de medir el nivel de conciencia sobre comportamientos corruptos como la práctica del nepotismo, los favores, los regalos, tanto en lo que se refiere a las creencias personales del encuestado como a lo que él o ella creen que sus colegas encuentran aceptable. El recuadro 7 muestra un ejemplo de temas/aseveraciones que pueden utilizarse en encuestas para medir la conciencia del encuestado de la conducta corrupta.

32. Las encuestas pueden medir si los empleados están conscientes de códigos de conducta o/y otras

reglas éticas vigentes en sus puestos. También pueden capturar el nivel de tolerancia de la mala administración en la oficina y el conocimiento que el encuestado tiene de las medidas en contra de la corrupción, de las formas de reportar la corrupción, y de las autoridades/instituciones a cargo de tratar esos problemas. Finalmente, la encuesta puede medir si los encuestados se sentirían a salvo al reportar comportamientos corruptos a tales autoridades.

RECUADRO 7: EJEMPLOS DE PREGUNTAS ACERCA DE LA PERCEPCIÓN DE INTEGRIDAD

Los tipos de conducta que aparecen a continuación están muy difundidos en muchos países. ¿Cuál es su opinión sobre ellos? ¿Nunca son aceptables, lo son a veces o lo son con frecuencia?

- Pasar por alto procedimientos formales para reducir los trámites innecesarios y ser más eficiente.
- Un servidor público que comete irregularidades menores por su familia o los amigos
- Un servidor público aceptando pequeños regalos de los clientes para complementar un sueldo bajo.
- Los lazos familiares y de amistad influyendo en el reclutamiento de personal y la prestación de bienes y servicios.
- Dar a un oficial de tránsito un regalo o un pago en dinero en lugar de pagar una multa.
- Un servidor público desempeñando una segunda actividad para completar un salario bajo.
- Evadir impuestos.
- Quedarse con dinero que se encuentra por casualidad.
- Un servidor público pidiendo dinero o regalos para agilizar el procesamiento de archivos.
- Un servidor público utilizando el equipo de oficina para fines privados.
- La oferta de regalos por parte de las empresas del sector privado a empleados del sector público para desarrollar el negocio.

33. 34. Se debe considerar que las diferentes áreas del sector público pueden tener niveles de conducta diferentes con el público y por tanto diferente nivel de exposición a la corrupción. Los empleados de los “grupos intermediarios” más tendientes a la corrupción (la policía, por ejemplo) pueden estar mucho más expuestos que otros. Puede ser deseable que las encuestas utilicen muestras de grupos homogéneos de encuestados, seleccionados de sectores con niveles similares de exposición.

34. La utilización de una capa de encuestas separadas de usuarios de servicios públicos, público en general (hogares), trabajadores del sector privado y servidores públicos por lo general se considera un procedimiento adecuado para estudiar la corrupción. Proporciona una base amplia de información, que permite el análisis cruzado de los resultados y una interpretación más profunda de los hallazgos.

RECUADRO 8: ENCUESTAS EN CABO VERDE

Dentro del marco de trabajo de dos proyectos lanzados por la ONUDD y el gobierno de Cabo Verde en 2006, Las encuestas de Cabo Verde se enfocaron en los hogares (Encuesta de Víctimas de Delito – CVS por sus siglas en inglés), en el sector privado (Encuesta a Negocios sobre Delito y Corrupción –CCBS por sus siglas en inglés), en los oficiales de policía y en otros servidores públicos. Los cuatro cuestionarios de encuesta, previamente utilizados en otros países africanos, fueron ajustados al contexto local e implementados en los proyectos.

Objetivos

Los objetivos generales de las encuestas pueden resumirse como sigue:

- Medición de la extensión del delito y la corrupción experimentado por los ciudadanos;
- Evaluación de las percepciones de los ciudadanos con respecto al desempeño de la policía, al acceso a la justicia, la seguridad y las causas de los delitos;
- Evaluación de experiencias y percepciones de oficiales de policía respecto al delito y la corrupción, ambiente y condiciones laborales;
- Evaluación de experiencias y percepciones de otros servidores públicos respecto a la corrupción, el ambiente y las condiciones laborales;
- Medición de la extensión del delito y la corrupción experimentadas por el sector privado;
- Evaluación de las percepciones de los negocios respecto a la corrupción y la seguridad.

Cobertura geográfica, población objetivo, tamaño de la muestra y métodos de entrevista

1. Ciudadanos de Cabo Verde (de 16 años de edad en adelante), de las islas de Santiago (área urbana de Praia y resto de Santiago), Sal, Boavista, San Vicente, Santo Antão y San Nicolau – 1845 encuestados
 - Entrevista cara a cara con un encuestado seleccionado en el hogar.
2. Oficiales de la Policía Nacional, la Policía Judicial y la Policía Marítima de las demarcaciones policíacas de Calheta, Santa Catarina, Santa Cruz, Tarrafal, S. Domingos, S. Nicolau, Sal, S. Vicente, Praia, Boavista, Santo Antão – 300 encuestados
 - Entrevista cara a cara
 - Cuestionario autoaplicado
3. Servidores públicos de las islas de Santo Antão, São Vicente, São Nicolau, Sal, Maio y Santiago –492 encuestados
 - Combinación de entrevistas cara a cara y cuestionarios autoaplicados
4. Sector privado del área urbana de Praia, resto de Santiago Sao Vicente y Maio – 332 encuestados
 - Entrevista cara a cara

D. Referencias

Alvazzi del Frate, A, *Manual for the Conduct of the Face-to-face ICVS*. UNICRI, 1996-2000.

Alvazzi del Frate, A. (2004). The International Crime Business Survey: Findings From Nine Central-Eastern European Cities. *European Journal on Criminal Policy and Research*. 10: 137–161.

Australian Institute of Criminology (2004). Crimes against Business: A Review of Victimization, Predictors and Prevention. Technical and Background Paper No. 11.

Benedetti R., Caneppele S., Di Nicola A., Espa G., Filipponi D., Gosetti F., Mugellini G., Savona E. (2008). Implementazione analisi criminale, Macroattività 1 – Sottoattività 1, Livello 1 e 2. Documento N. 1, Rapporto metodologico In.Vi.P.O.N., Italian Ministry of Interior – Transcrime.

Garofalo, J. (1977). Local Victim Surveys: A Review of the Issues. *Applications of the National Crime Survey Victimization and Attitude Data*. Analytic Report SD-VAD-2. U.S. Department of Justice, Law Enforcement Assistance Administration.

Groves, R.M., Fowler Jr., F.J., Couper, M.P., Lepkowski, J.M., Singer, E. and Tourangeau, R. (2004). *Survey Methodology*. John Wiley & Sons.

Home Office Research Report 10 – Business views of organised crime, by Nick Tilley and Matt Hopkins with the assistance of Adam Edwards and John Burrows. December 2008.

Shury, J., Speed, M., Vivian, D., Kuechel, A., Nicholas, S. (2005). Crime against retail and manufacturing

5 Proyectos Contra el crimen organizado y contra narcóticos en Cabo Verde (CAVE ANTRAF) y Fortalecimiento de la efectividad de la ley en Cabo Verde (CAVE JIMLOC).

premises: findings from the 2002 Commercial Victimization Survey, Home Office Online Report 37/5.

Surveying Crime: A Global Perspective. Edited by Anna Alvazzi del Frate, Oksanna Hatalak, Ugljesa Zvekic. ISTAT-UNICRI, ISTAT Essays No. 7, Rome, 2000.

Taylor, N. and Mayhew, P. (2002). Patterns of Victimization Among Small Retail Businesses. Canberra: *Trends & Issues in Crime and Criminal Justice* No. 221, Australian Institute of Criminology.

United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute (UNICRI). *Understanding Crime: Experiences of Crime and Crime Control*. Edited by Anna Alvazzi del Frate, Ugljesa Zvekic, Jan J.M. van Dijk. Publ. No. 49, Rome, 1993.

UNODC, *Crime and Corruption Business Survey (CCBS), Pilot Survey – Lower Mainland, British Columbia – Canada*, internal report, 2006.

Van Dijk, J.J.M. and Terlouw, G.J. (1996). An international perspective of the business community as victims of fraud and crime. *Security Journal*, 7(3) pp. 157–167.

Walker, J. (1994). *The First Australian National Survey of Crimes against Businesses*. Canberra: Australian Institute of Criminology.

Weisel, D. (1999). *Conducting Community Surveys: A Practical Guide for Law Enforcement Agencies*. U.S. Department of Justice. NCJ-178246.

WODC, Business crime monitor: management summary, Ministry of Justice of The Netherlands, 2006.

APÉNDICE C – LECCIONES DEL ESTUDIO PILOTO DE LA ENCUESTA INTERNACIONAL SOBRE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER (IVAWS POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

1. El objetivo principal de un estudio piloto es verificar el método de la encuesta básica. En este caso, fue de particular interés probar el cuestionario y las entrevistas. Un cuestionario IVAWS aborda asuntos privados delicados, y el recuerdo de ciertos eventos puede ser una experiencia traumática para las encuestadas. Las entrevistas IVAWS pueden ser un reto para los entrevistadores también, pues pueden enfrentarse con dificultades comunicativas y con reacciones emocionales inesperadas de las víctimas de violencia.

RECUADRO 1: ENCUESTA INTERNACIONAL SOBRE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES (IVAWS, POR SUS SIGLAS EN INGLÉS)

La IVAWS involucró a varios países en Europa y en todo el mundo. Se utilizaron un cuestionario y un método estandarizados para medir desde una perspectiva internacional las experiencias de violencia de las mujeres. La encuesta se llevó a cabo en Australia, Costa Rica, República Checa, Dinamarca, Grecia, Hong Kong, Italia, Mozambique, las Filipinas, Polonia y Suiza.

El proyecto IVAWS comenzó al final de los noventa y fue coordinada por HEUNI, Statistics Canada y UNICRI, por el equipo nuclear de Natalia Ollus, Holly Johnson, Anna Alvazzi del Frate y Sami Nevala (Johnson et al 2008).

2. Como todas las encuestas de victimización, el principal objetivo de una encuesta VAW es asegurarse de que las mujeres informen sobre sus experiencias de violencia con veracidad. Y como en toda encuesta de victimización, la seguridad de los encuestados y de los entrevistadores es un asunto de gran importancia.⁶

A. Carta de introducción

3. La carta de introducción favoreció la cooperación de las encuestadas en la encuesta VAW. El propósito principal de la carta de introducción inicial utilizada en las encuestas cara a cara es presentar a los organizadores y/o patrocinadores de la encuesta, así como especificar el objetivo principal de la misma. En la carta, se recomienda que la encuesta sea presentada como relativa a la “seguridad de las mujeres” más que a la “violencia contra las mujeres”. El referirse a la encuesta de esta manera puede minimizar las reacciones impredecibles por parte de las parejas (masculinas o femeninas) que puedan estar cometiendo actos de violencia contra las encuestadas. La carta también debe dejar claro que las respuestas recibidas serán confidenciales o anónimas, lo que sea aplicable.

4. Al llamar por teléfono a las encuestadas, también es importante comenzar por presentar a los organizadores y/o patrocinadores de la encuesta y describir el propósito de la misma. Al igual que en las entrevistas presenciales, se recomienda que se haga referencia a la encuesta como relativa a la “seguridad de las mujeres”. Y como en otras instancias, el diálogo inicial debe enfatizar que las respuestas de las encuestadas son confidenciales o anónimas, lo que sea aplicable. La experiencia en Canadá con la encuesta VAW indica que las mujeres tienden a rehusarse a participar cuando un hombre está en casa durante la llamada. Por lo tanto, cuando un hombre esté en presencia de la encuestada, se recomienda que el entrevistador llame de nuevo cuando la mujer esté sola en casa.

B. Prueba del cuestionario

5. En la etapa de prueba del cuestionario, los entrevistadores hicieron una lista de las dificultades que encontraron. Esto incluyó una lista de las preguntas que causaron incomodidad o enojo al encuestado. Además, los entrevistadores pusieron mucha atención en el grado de comprensión de las definiciones y del significado de las preguntas por parte de las encuestadas. Entender esto fue importante porque se tenía el objetivo de hacer el cuestionario lo más corto posible y eliminar las preguntas difíciles de entender.

6. No es posible abarcar todas las situaciones. El cuestionario no debe ser demasiado largo y complicado. Las buenas instrucciones y el buen diseño del cuestionario pueden aumentar la eficiencia de las encuestas cara a cara.

7. Los cuestionarios demasiado largos pueden causar que tanto el entrevistador como el encuestado se cansen y se irriten. Todos los países pusieron atención a ese problema. La experiencia en Italia mostró

⁶ El manual para las IVAWS fue preparado por N. Ollus, H. Johnson, A. Alvazzi del Frate y S. Nevala.

que utilizar preguntas demasiado largas hacía necesario repetir las varias veces. Esto ocurrió en especial durante las encuestas telefónicas. En el estudio piloto, muchas mujeres se sintieron incómodas con la extensión del cuestionario y su estructura, lo cual requirió repeticiones frecuentes.

8. En la encuesta IVAWS, se decidió que la pregunta introductoria incluyera todo acto de violencia pero que sólo se reuniese información detallada sobre la victimización más reciente.
9. En la investigación internacional, es necesario considerar las sugerencias de todos los países participantes. Se debe incluir un número razonable de preguntas específicas de cada país participante. Además, se debe considerar la opinión de cada país en la adaptación de palabras o frases para abarcar las circunstancias culturales. Asimismo, las preguntas deben ofrecer una lista exhaustiva de respuestas posibles. Esto incluye opciones para “No recuerdo” o “No lo sé”, de ser necesario.

C. Selección de entrevistadores

10. Se deben seleccionar los entrevistadores con base en experiencia, interés en la violencia contra las mujeres y excelentes habilidades como entrevistadores. Muchos países sugirieron que los entrevistadores tuvieran una personalidad agradable y capacidad para relacionarse con otros. Al seleccionar entrevistadores se deben considerar las siguientes características.

- a) El nivel de conocimiento y apertura al tratar sobre asuntos relacionados con la violencia contra las mujeres, incluyendo la violencia sexual;
- b) Actitud respetuosa y empática hacia las víctimas de violencia doméstica y de violencia contra las mujeres;
- c) Buenas habilidades para entrevistar y experiencia previa;
- d) Disposición para participar en la capacitación y para seguir instrucciones;
- e) Disposición para reportar problemas y discutirlos en forma objetiva;
- f) Ausencia de prejuicios relacionados con la materia de la entrevista o con las características de los encuestados (edad, género, nivel socioeconómico, raza o religión);
- g) Disposición para involucrarse en la actuación de roles referentes a conductas difíciles de los encuestados, sus parejas, los miembros de la familia, etc.;
- h) Un nivel cultural aceptable, habilidad para entender el cuestionario y los asuntos a los que se refiere la encuesta;
- i) Conocimiento de la lengua y los dialectos locales;
- j) Disponibilidad para trabajo nocturno y de fin de semana;
- k) Ser mujer (debido al tema).

11. En las encuestas presenciales, la experiencia en Costa Rica sugiere que los entrevistadores deben tener antecedentes similares y estar familiarizados con la cultura y el lenguaje.

12. La experiencia en Italia mostró que la madurez de los entrevistadores es importante.

D. Capacitación de los entrevistadores

13. El programa de capacitación incluyó una cátedra teórica sobre la definición y la forma de la violencia contra las mujeres, sus causas y consecuencias, así como sobre asuntos prácticos relacionados con la conducta apropiada que un entrevistador debe adoptar durante una situación emocional o una muestra de enojo. La experiencia en Polonia mostró que los talleres de teatro con sesiones de actuación de roles fueron de especial utilidad.

14. La capacitación mediante el juego de roles también sirvió para corregir expresiones verbales y lenguaje corporal en las encuestas cara a cara. Durante la capacitación se determinó que los entrevistadores estaban relativamente bien preparados, pero que no siempre mostraron la mejor actitud hacia los encuestados.

15. Un asunto importante tratado en la capacitación fue el enfatizar la diferencia entre una aproximación “clínica” y una de apoyo psicológico hacia las víctimas durante la entrevista. No todos los entrevistadores fueron capaces de diferenciar entre esas dos actitudes. Algunos de ellos quisieron ofrecer ayuda y consejos, pero a todos se les pidió permanecer neutrales al enfrentarse a ejemplos drásticos de violencia.

16. A los entrevistadores se les proporcionaron direcciones de organizadores profesionales locales que ofrecen y proporcionan ayuda y apoyo a las mujeres abusadas, así como números telefónicos de líneas

de auxilio. Cuando las encuestadas preguntaran dónde podrían recibir ayuda o consejo, los entrevistadores tenían instrucciones de darles direcciones de organizaciones/centros locales o números telefónicos de líneas de ayuda (hubo pocos casos de entre 2009 entrevistas en Polonia).

17. La capacitación teórica y práctica no fue más importante que las sesiones en que los entrevistadores compartían sus experiencias y discutían sus sentimientos después de las entrevistas.

18. El programa de capacitación también incluyó la retroalimentación a los entrevistadores después de llevar a cabo determinado número de entrevistas. El asunto de mayor importancia, de los que requirieron correcciones, fue la “disciplina de tiempo”. La disciplina de tiempo hace referencia a los límites de tiempo concedidos para las respuestas. Los entrevistadores fueron entrenados para pasar ágilmente por una secuencia de preguntas.

19. El estudio piloto mostró que existían mitos acerca de las mujeres maltratadas y la capacitación de los entrevistadores incluyó la discusión de estos mitos y sus consecuencias.

20. La discusión sobre la definición de violencia mostró que los entrevistadores entendían por violencia la muy estrecha acepción que incluye solamente actos muy serios.

21. Los entrevistadores deben ser muy buenos escuchas y tener una actitud de empatía hacia las víctimas, independientemente de su nivel socioeconómico o su forma de vida.

E. Entrevistas y reacciones de las encuestadas

22. Los asuntos técnicos fueron parte muy importante de las entrevistas VAW. Las entrevistas fueron confidenciales y se precisaba llevarlas a cabo desde una perspectiva neutral.

23. Tanto las entrevistadas como los entrevistadores fueron capaces de suspender las entrevistas hasta otro día si eran interrumpidas por un esposo, un novio o niños. La experiencia de Canadá mostró que los entrevistadores necesitaban descansos entre las entrevistas, especialmente cuando éstas eran particularmente difíciles. Las entrevistas cara a cara son un reto especial para las entrevistadoras. Deben ser buenas escuchas y poder manejar el tiempo establecido. Las entrevistadoras por teléfono también son responsables de una interacción verbal apropiada y del manejo adecuado del tiempo.

24. La actitud del entrevistador es un elemento importante al reunir información acerca de la violencia. Todas las mujeres, especialmente las víctimas de violencia, pueden a veces ponerse muy nerviosas al ser interrogadas acerca de violencias perpetradas por una pareja. Las preguntas sobre los detalles circunstanciales, tales como cómo ocurrió y cuántas veces puede enojar o molestar a las mujeres, especialmente si prefieren olvidarlos o no hablar de ello. En algunas culturas el hablar sobre asuntos privados familiares con gente de fuera puede resultar peligroso para las mujeres. Varias encuestadas también se sintieron incómodas con respecto a las preguntas relacionadas con la edad y los ingresos.

25. La estrategia de los entrevistadores se basó en la premisa subyacente de que todas las respuestas son anónimas y confidenciales (el nombre y las características personales nunca serán mostradas a nadie). La empatía y la actitud de no juzgar ayudó en la recolección de información. La capacitación para los entrevistadores y especialmente la sesión de adoptar roles fue un método muy eficiente de mostrar las respuestas apropiadas por parte de los entrevistadores. Es importante oír con cuidado y ser empático. Las formas más frecuentes en que los entrevistadores trataron con los encuestados fueron:

- a) Haciendo comentarios de apoyo y motivación. Estos incluyeron “No estás sola”, “Revelando tus experiencias puedes ayudar a muchas mujeres que sufren por causa de la violencia”, “Aprecio la forma en que manejas el comportamiento abusivo de tu esposo”, y “Puedes conseguir ayuda y apoyo de agencias especializadas”
- b) Conversar amistosamente después de la entrevista formal;
- c) Demostrar comprensión y aceptación
- d) Oír cuidadosamente sin interrumpir o apresurar a las encuestadas

Lo más importante es mostrar comprensión y apoyar pero no tratar de ser terapeuta, así como no influir en sus decisiones y elecciones.

RECUADRO 2: EJEMPLOS DE REACCIONES EMOCIONALES DE LAS ENCUESTADAS EN LA ENCUESTA VAW, BASADOS EN LA RETROALIMENTACIÓN DE LOS ENTREVISTADORES DURANTE LAS SESIONES DE DISCUSIÓN

- Lágrimas en los ojos
- Vergüenza, miedo, llanto, manos frotadas
- Nerviosismo, hablar alto y rápido sobre su experiencia
- Sorpresa por hablar de cosas tan privadas, aun diciendo no tener nada que ocultar
- Sonrojo y nerviosismo; suele regresar en malos sueños y temor
- Se asegura del anonimato de la entrevista en varias ocasiones
- Muy molesta al recordar el incidente
- Furiosa por la impotencia; habla fuerte
- Irritada, comenzó a gritar
- Resentida de que la familia del esposo no le informase sobre su enfermedad mental
- Nerviosismo, largo ataque de risa
- Vergüenza. Evidentemente molesto y doloroso para ella
- Voz temblorosa, ansiedad
- Con lágrimas en los ojos manifiesta lástima por sus hijos. Todos sus sueños totalmente destruidos
- Gimió al recordar que su madre la golpeaba y la llevó a un hospicio. Muy agitada al decir que había sido golpeada hasta por su tía
- Irritada por estar desempleada, sin hogar, enferma y esperando una cirugía
- Hace 13 años estuvo en terapia para el alcoholismo y el tema le molesta mucho
- Enojo ante la pregunta sobre ingresos
- Llanto, morderse las uñas
- Habla de humillación y desesperanza
- Irritación, agitación y enojo. Dolor en la cara
- Avergonzada por hablar de ello. Siente culpa y teme que su esposo se haya podido irritar

RECUADRO 3: EJEMPLOS DE REACCIONES DE LOS ENTREVISTADORES EN LA ENCUESTA VAW, BASADOS EN SU RETROALIMENTACIÓN DURANTE LAS SESIONES DE DISCUSIÓN

- Sé que muchas mujeres tienen el mismo problema y esas cosas suelen pasar. Informar sobre sus circunstancias puede ayudar a otras mujeres a evitarlas.
- Sé que no ayuda mucho, pero muchas mujeres pasan por cosas peores.
- Vi que trataba de evitar la verdad del alcoholismo y violencia de su esposo. Fui muy suave, cálida y comprensiva y por eso me lo dijo todo.
- La calmé diciendo que había sido un solo ataque y que probablemente no se repetiría. Tal experiencia le enseñó a cuidarse de los extraños.
- La encuestada estaba muy nerviosa. Le di tiempo antes de continuar. Tras la entrevista conversamos. No la dejé sola.
- La oí y traté de decirle que ella no carece de valor.
- Tras la entrevista le dije que creía que ella encontraría un hombre adecuado en quien confiar y la felicité por su valor
- Me disculpé por las preguntas difíciles que le traían recuerdos dolorosos
- La felicité por su manejo de la violencia relacionada con el alcohol
- Le di tiempo de calmarse. Vi que lo necesitaba. La oía, no la apuré ni traté de ser terapeuta.
- Traté de ser tolerante. Dije que afortunadamente las mujeres hoy tienen más apoyo de agencias especializadas. No tienen que aguantar el problema como ella.
- La oí. Le dije que ahora recibiría apoyo no sólo de sus hijos, sino también de la agencia. Muchas mujeres en tales situaciones lo reciben.
- Pregunté suavemente, no apremié y dejé hablar, aún cuando era irrelevante. La oí con comprensión.
- Intenté no mostrar mi alarma ante su historia. Intenté expresar compasión.
- Intenté mostrar que la comprendía y que le estaba prestando atención.
- Guardé el cuestionario e intenté convencerla de lo importante de su historia. Subrayé el anonimato.

RECUADRO 4: EJEMPLO DE JUSTIFICACIONES DE LAS ACCIONES POR PARTE DE LOS ENTREVISTADORES

- Sólo puedes mostrar comprensión y apoyo
- Debes oír y entender. Puede ayudar a resolver la situación.
- Creo que necesitaba una oferta concreta de ayuda, no sólo una lista. Preguntó si la ayudaría a conseguir ayuda jurídica. Le aconsejé contactar a las agencias.
- Podría sugerirle obtener ayuda de las agencias. Aunque la violencia en su familia ocurrió hace mucho, sigue reaccionando con vehemencia. No quise ser demasiado curiosa y pensé que con la lista ella tomaría su decisión.
- Debí aconsejarle no regresar con su pareja pero claro que no podía hacerlo (se nos dijo en la capacitación)
- El coordinador de encuesta debería contactar a las agencias especializadas que ofrecen ayuda a las víctimas de violencia. Se les puede dar la lista. Es una de las mejores maneras de ayudar a las víctimas.

F. Traumatismo emocional de los entrevistadores

26. A veces los entrevistadores fueron muy afectados por las historias de las entrevistadas.

RECUADRO 5: EJEMPLOS DE COMENTARIOS DE LOS ENTREVISTADORES

- Conozco tales incidentes por los medios, pero la violencia sexual sobrepasa mi imaginación y me fue difícil preguntar.
- Las preguntas sobre violencia sexual provocaron tan intensa reacción en la entrevistada, que me fue difícil hacer la siguiente pregunta sobre la frecuencia del incidente.
- Cuando la entrevistada me dijo de las heridas infligidas me impresioné y quise terminar y huir.
- Todas las preguntas sobre violencia sexual nos avergonzaron a ambas.

27. La capacitación puede ayudar a los entrevistadores a soportar el traumatismo emocional resultante de las historias de los entrevistados. Las sesiones de retroalimentación y el intercambio de experiencias entre los entrevistadores que resulta de ellas pueden ser muy útiles. El coordinador de encuesta debe hacerse responsable del bienestar de los entrevistadores. Se debe ayudarlos a soportar la experiencia si es necesario. La discusión y los filmes pueden ser muy buenas herramientas para entender la violencia. Películas como “No puedes golpear a una mujer” de Gail Singer, y “Una vez guerreros”, de Lee Tamahori son útiles.

G. Referencias

Alvazzi del Frate, A. *Manual for the Conduct of the Face-to-face ICVS*. UNICRI, 1996-2000.

Gruszczynska, B. (2007). *Przemoc wobec kobiet w Polsce. Aspekty prawnokryminologiczne*, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa. p. 243 [Key Findings in English].

Gruszczynska, B. (2002). Victimization, Crime, and Social Factors in Post-Socialist Countries, *International Journal of Comparative Criminology*, Vol. 2 (1), s. 77-89.

Johnson, H. (1996). *Dangerous Domains: Violence Against Women in Canada*, Nelson Canada, 1996.

Johnson, H., Ollus, N., Nevala, S. (2008). *Violence Against Woman. An International Perspective*, HEUNI, Springer.

Killias, M., Simonin, M., De Puy, J. (2005). *Violence experienced by woman in Switzerland over their lifespan. Results of the International Violence against Women Survey (IVAWS)*, Staempfli Publishers Ltd. Berne.

Mouzos, J. & Makkai, T. (2004). *Women's experiences of male violence: findings from the Australian component of the international violence against women survey (IVAWS)*. Research and public policy series no. 56 Canberra: Australian Institute of Criminology.

Pikalkova, S. (2004). (ed.), *Mezinárodní výzkum násilí na ženách – Česká republika/2003: příspěvek k sociologickému zkoumání násilí v rodině*, Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, 04 02.

Women's Safety Australia, 1996, Australian Bureau of Statistics, Latest Issue, December 1996.

APÉNDICE D – RESULTADOS PRINCIPALES DEL INVENTARIO ONUDD-CEE DE ENCUESTAS A VÍCTIMAS

1. En 2005 la Fuerza de CEE-ONUDD para Encuestas a Víctimas recolectó información sobre encuestas a víctimas conducidas o planificadas en los 56 países miembros de ECE (incluyendo Europa, Norteamérica y Asia Central) y en otros países seleccionados. La información fue utilizada para crear un inventario de encuestas a víctimas para ser utilizado como herramienta para analizar diferencias y similitudes en los métodos y definiciones adoptados. La información contenida en el inventario fue usada en forma extensiva para la preparación del Manual sobre Encuestas a Víctimas ONUDD-CEE.

A. Tipo de encuestas incluidas en el inventario

2. El inventario incluye información sobre un total de 58 encuestas llevadas a cabo en 31 países.⁷ Estas incluyen 32 encuestas de victimización (llevadas a cabo en 23 países) y 24 encuestas multipropósito con la inclusión de un módulo sobre victimización (llevado a cabo en 16 países). Dos encuestas de muestra de otros tipos con un módulo sobre victimización también están incluidas.

B. Desarrollo histórico

3. La encuesta más antigua incluida en el inventario es la Encuesta Nacional de Estados Unidos Sobre Víctimas de Delitos, comenzada en 1972 y aún en aplicación. Entre los últimos años de la década de los 70 y los primeros de la de los 80, se lanzaron encuestas en algunos países nórdicos (Suecia, Finlandia y Noruega) y en otros, incluyendo a Israel, los Países Bajos y el Reino Unido. A partir de los últimos años de los 80, nuevas encuestas fueron lanzadas en mayor número en muchos países, con 21 nuevas encuestas lanzadas en los 90, y 24 lanzadas entre 2000 y 2006.

C. Frecuencia

4. Con respecto a la frecuencia, la mitad de las 32 encuestas de victimización son irregulares (12 encuestas) o encuestas aplicadas sólo una vez (cuatro). Sólo una quinta parte es aplicada con frecuencia: continuamente (tres), anualmente (dos) o cada dos años (dos). El restante 30% de las encuestas de victimización es aplicado regular pero no frecuentemente, cada cuatro (seis), cinco (dos) o hasta diez años (una).

5. Entre las 24 encuestas multipropósito, por el contrario, más de la mitad se aplican con frecuencia: continuamente (una), anualmente (diez), o cada dos años (dos). Sólo el 25% es irregular (cuatro) o de una sola aplicación (dos), mientras que las restantes se aplican con regularidad pero no con frecuencia: cada tres o cuatro años (tres) o cada ocho a diez años (dos).

D. Países con más encuestas

6. Los países con más encuestas reportadas son Australia (seis encuestas) y Suiza (cinco encuestas), mientras que se reportaron tres encuestas en Bulgaria, Israel, Nueva Zelanda, Noruega y Suecia.

E. Objetivos de las encuestas

7. Los principales objetivos de las encuestas son medir la victimización (52 encuestas) y el miedo al delito y la inseguridad (42 encuestas). Otros objetivos importantes incluyen medir los números oscuros/delitos no reportados (34 encuestas), actitudes hacia la policía y el sistema judicial (32 encuestas), medidas de prevención del delito, sistemas y estrategias de seguridad (28 encuestas).

F. Instituciones responsables de las encuestas

8. En casi la mitad de los casos (27 encuestas de un total de 58), las encuestas fueron llevadas a cabo por el departamento nacional de estadística de mayor importancia. En los otros casos, las encuestas fueron llevadas a cabo por institutos de investigación (12 encuestas), ministerios o departamentos gubernamentales (diez), universidades (cuatro) u otras instituciones.

⁷ Australia, Bélgica, Bulgaria, Canadá, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Hungría, Islandia, Irlanda, Israel, Italia, Japón, Lituania, México, Países Bajos, Nueva Zelanda, Noruega, Polonia, Portugal, República de Moldova, Rumania, Eslovenia, Suecia, Suiza, Ucrania, Reino Unido, Estados Unidos de Norteamérica.

G. Uso del cuestionario ICVS

9. La forma estandarizada de la Encuesta Internacional de Víctimas del Delito (ICVS por sus siglas en inglés) fue utilizada para 18 encuestas: para seis de ellas en forma completa, para tres en parte y para nueve se utilizó una forma adaptada del cuestionario ICVS. Para la mayoría de las encuestas, la forma ICVS no se utilizó, pero en 17 casos el cuestionario utilizado incluyó preguntas comparables con las de la forma ICVS.

H. Población de referencia

10. La población de referencia difirió entre las encuestas, en particular en lo que concierne a los límites de edad. En la mayoría de los casos, la población entre los 15 y los 16 años y mayor fue incluida. En algunos casos la población de referencia incluyó niños, por ejemplo desde la edad de doce o hasta desde la edad de siete años. Una encuesta (“¿La violencia oculta?” en Noruega) abarcó sólo población entre los 12 y los 18 años de edad. La mayoría de las encuestas no tenía límite superior de edad, pero en la mayoría de los casos se fijaron límites, por ejemplo los 84, los 75 y los 54. La población de referencia siempre incluyó a hombres y mujeres viviendo en hogares privados. Sólo en dos casos se contempló a personas viviendo en instituciones. En 12 encuestas, la población de referencia cambió dependiendo del tipo de delito seleccionado. Por ejemplo, para el abuso sexual la población sólo abarcó a las mujeres.

I. Participación obligatoria o voluntaria

11. La participación en las encuestas fue voluntaria en la gran mayoría de los casos (45 encuestas). En 13 casos, la participación en las encuestas fue reportada como obligatoria.

J. Diseño de encuesta

12. La mayoría de las encuestas en el inventario (44 encuestas de 58) son estudios en secciones cruzadas. Estudios de panel se utilizan en cinco casos y una combinación de estudios en secciones cruzadas y de panel se utilizan en cuatro casos.

K. Modalidad de recolección de datos

13. Las modalidades de recolección de datos más populares incluyen las entrevistas cara a cara en el hogar del encuestado utilizando un cuestionario en papel (22 encuestas) o un cuestionario electrónico “CAPI” (14 encuestas), y entrevistas telefónicas (20 encuestas). De las entrevistas cara a cara, pocas fueron aplicadas en lugares diferentes al hogar de los encuestados –en el lugar de trabajo, o en el lugar de estudio y en el servicio de colocaciones o en un lugar elegido por el encuestado. En cinco encuestas se utilizaron cuestionarios autoaplicados, en su mayoría cuestionarios postales. Combinaciones de las modalidades mencionadas arriba u otras modalidades fueron utilizadas en ocho casos.

L. Diseño y procedimiento del muestreo

14. En dos tercios de las encuestas (39 encuestas) se utilizó una muestra de hogares. De elegirse la muestra de hogares, en la mayoría de los casos (25 encuestas) sólo una persona en el hogar fue entrevistada. Esta persona por lo general fue elegida al azar o por el método del cumpleaños (el último o siguiente cumpleaños fue elegido en un número similar de casos). En siete encuestas, todas las personas mayores a cierto límite de edad (generalmente los 14 años) fueron entrevistadas. Sólo en tres entrevistó a todos los miembros del hogar. Una muestra de individuos fue elegida al azar en 19 de las encuestas.

15. El procedimiento de muestreo más común fue el de muestreo de probabilidades de estadios múltiples, adoptado en 42 encuestas. Con respecto a las variables usadas para estratificación, se adoptaron diferentes métodos con hasta seis variables. Las variables más frecuentemente utilizadas son área geográfica (34 encuestas), grado de urbanización (20), género (12) y edad (11). El muestreo de probabilidad simple fue utilizado en 11 encuestas, mientras que otros procedimientos (incluyendo el muestreo pesado del registro de hogares, el muestreo estratificado con cuotas por región gubernamental local y el muestreo sistemático estratificado al azar), se utilizaron en cuatro encuestas.

16. En el caso del muestreo de probabilidad de estadios múltiples, se aplicó muestreo extra para ciertos grupos de personas y/o áreas en 13 encuestas. La estrategia de sustitución se aplicó para alcanzar el tamaño de muestra deseado en cinco encuestas.

M. Nivel territorial

17. Para 32 encuestas la muestra fue representativa a nivel nacional, pero no a un nivel geográfico más detallado. La muestra fue representativa a nivel regional para 15 encuestas y a un nivel más detallado para cuatro encuestas.

N. Periodo de referencia

18. Con respecto al periodo de referencia usado para reportar delitos, un año fue utilizado en 44 encuestas. Aún así, en 20 de estas encuestas, el periodo de un año fue utilizado en combinación con otros periodos de referencia: cinco años (15 encuestas), perpetuo (siete encuestas) o seis meses (cinco encuestas). Dos periodos de referencia fueron utilizados para 13 encuestas y tres periodos de referencia se utilizaron para siete encuestas.

O. Reducción de telescoping

19. Para casi la mitad de las encuestas (28 encuestas), se tomaron algunas medidas para minimizar el telescoping, una distorsión mediante la cual el encuestado recuerda un evento como si hubiese ocurrido más recientemente. Las medidas tomadas con más frecuencia incluyen el reporte de la fecha del evento (15 encuestas), la reducción del periodo de referencia (10 encuestas) y la utilización de preguntas de canalización (nueve encuestas).

P. Tiempo para terminar la encuesta

20. El tiempo promedio para terminar una encuesta varía mucho entre países y encuestas. En algunos casos, particularmente en lo que se refiere a módulos sobre victimización incluidos en encuestas más grandes, el tiempo tomado para el módulo fue muy corto (uno o dos minutos). Por otra parte, para algunas encuestas detalladas de víctimas, el tiempo promedio fue de 60 minutos. Considerando todas las encuestas incluidas en el inventario, el tiempo promedio utilizado para terminar la encuesta (o el módulo sobre victimización si estaba incluido como parte de otra encuesta) fue de 26 minutos.

Q. Respuestas de encuestados interpuestos

21. En la mayoría de los casos (40 encuestas), no se permitieron respuestas de representantes (interpuestos). Cuando se permitieron tales preguntas, ello ocurrió por diferentes razones y para diferentes grupos de población. Se permitieron respuestas de representantes, por ejemplo, para niños menores de cierta edad en varios países (16 años de edad en Bulgaria y Suiza, 15 en Israel, 14 en la República de Moldavia y 13 en Italia, donde la excepción fue para niños entre los 11 y los 13 años de edad para las preguntas sobre consumo de tabaco y alcohol y uso de computadoras/Internet). En algunos casos, las respuestas de representantes fueron permitidas sólo cuando los padres no dieron permiso de entrevistar a un niño menor a cierto límite de edad especificado. Otros casos en que se permitieron respuestas de representantes incluyen aquellos en que el encuestado no estaba en casa al tiempo de la entrevista (seis encuestas), o cuando el encuestado no podía responder debido a una enfermedad o impedimento.

R. Entrevistadores

22. En cerca de la mitad de las encuestas, se utilizaron entrevistadores de casa (de la institución que conducía la encuesta), mientras que en la mitad restante una empresa externa llevó a cabo las entrevistas. Con respecto a la distribución por género de los entrevistadores, en cerca de la mitad de las encuestas, la totalidad o la gran mayoría de los entrevistados (80% o más) fueron mujeres. En una cuarta parte de las entrevistas las mujeres prevalecieron (60 a 80%), y en la cuarta parte restante hubo un balance entre hombres y mujeres o una ligera mayoría de hombres.

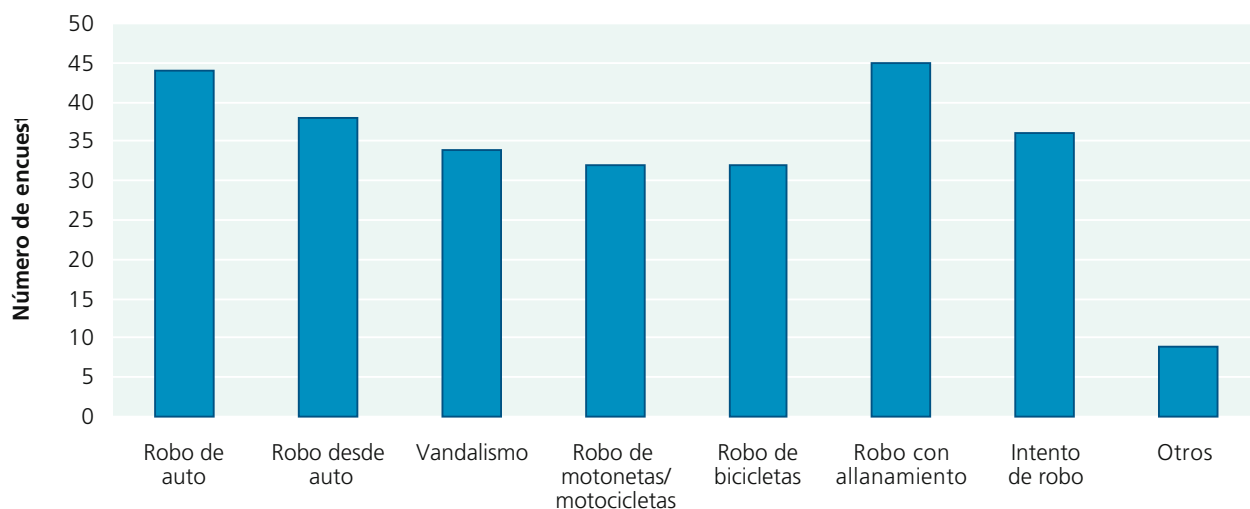
23. Hubo informes de diferencias significativas en lo que se refiere a la capacitación de los entrevistadores. La duración de la capacitación fue de 1.5 horas a 10 días, pero en general es de entre dos y tres días. Las modalidades de capacitación reportadas incluyen conferencias, ejercicios prácticos, juego de roles y autoestudio. Los materiales para la capacitación incluyen manuales y videos. En algunos países, se proporcionó a los entrevistadores capacitación general en técnicas de entrevista sobre temas sensibles, o capacitación y/o apoyo psicológicos especiales para ayudarles a manejar contenidos sensibles. En algunos casos, los entrevistadores recibieron tipos adicionales de capacitación o apoyo; por ejemplo, para aprender cómo manejar adecuadamente a las víctimas del delito o sus posibles reacciones (en particular en lo que se refiere a violencia familiar, ataques sexuales, o abuso), para ayudar a los entrevistadores en los casos en los que los encuestados reportaron experiencias especialmente traumáticas, o para compartir experiencias con otros miembros del equipo de entrevistadores.

S. Elementos abarcados por las encuestas de victimización

Delitos a la propiedad en el hogar

24. En la categoría de delitos a la propiedad en el hogar, el artículo abarcado en la mayoría de las encuestas fue el de robo con allanamiento de morada (abarcado en 45 encuestas), seguido por robo de automóvil (44 encuestas) y robo a automóviles (38 encuestas).

Figura 1: Delitos a la propiedad en el hogar



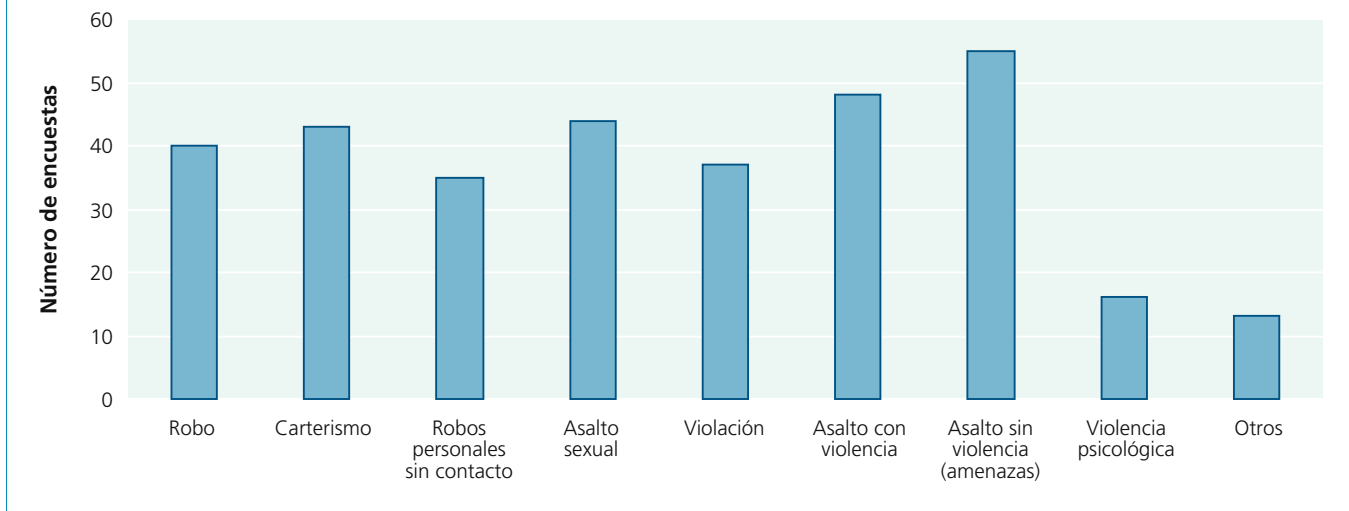
25. Los temas ligeramente menos abarcados por las encuestas fueron el robo de motonetas/motocicletas y el robo de bicicletas (32 encuestas para ambos temas). El inventario también incluye información sobre las definiciones utilizadas en las encuestas para los diferentes delitos. Para el caso de delitos a la propiedad en hogares las definiciones más comunes entre las reportadas corresponden a las del ICVS. Otras definiciones difieren en la descripción del objeto o del nivel de daños causados. En algunos casos se incluyen intentos de delitos, como en los casos de robo de automóvil, motocicletas, motonetas y bicicletas.

Delitos a las personas

26. Los temas abarcados con más frecuencia entre los delitos a las personas incluyen el asalto con violencia, incluido en casi todas las encuestas (en 56 de 58) o asalto sin violencia o amenazas (48 encuestas). Los ataques sexuales y el carterismo también fueron abarcados con mucha frecuencia (en 44 y 43 casos respectivamente). La violencia psicológica se reportó cubierta en 16 encuestas, y otros temas en menor cantidad de encuestas.

27. Hay diferencias en las definiciones utilizadas para describir los delitos a las personas; aún así, las definiciones más comunes corresponden a las del ICVS, con excepción del caso de violencia psicológica, para la que se utilizaron definiciones específicas diferentes en casi todas las encuestas.

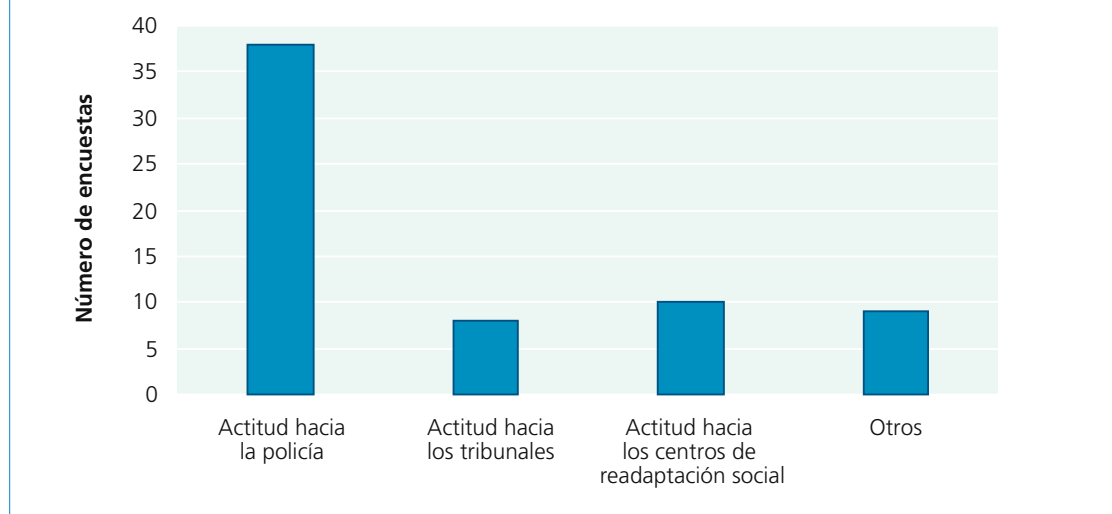
Figura 2: Delitos a las personas



Actitud hacia la policía y el sistema judicial

28. Entre los temas considerados en esta categoría, el más frecuentemente abarcado es el de la actitud del encuestado hacia la policía, el cual se abordó en 38 encuestas. Otros temas, incluyendo las actitudes hacia los tribunales y las instituciones de readaptación social, sólo fueron abarcados en diez encuestas o menos.

Figura 3: Actitud hacia la policía y el sistema judicial



Sistemas y estrategias de seguridad

29. La prevención del delito y la protección fueron abarcadas en 30 encuestas, ocho de ellas utilizando la definición de ICVS. Otras definiciones para este tema incluyen las referencias al reporte de las víctimas a la policía, la prevención del robo, robo de / a automóviles, robo de bicicletas, cerraduras de alta seguridad, alarmas contra robo, puertas de seguridad, etc.

Exposición a drogas ilegales

30. La exposición a las drogas ilegales fue abarcada en nueve encuestas y en tres de ellas se utilizó la definición de ICVS. Otras definiciones incluyeron los contactos con problemas relacionados con las drogas en el área del hogar del encuestado, el ver gente traficando con drogas, o utilizando drogas en espacios públicos, el encontrar jeringas utilizadas por drogadictos, tener la experiencia de que se les ofrezcan drogas ilegales, el conocer a alguien cercano que haya utilizado o utilice narcóticos.

Temor al delito

31. El temor al delito fue abarcado en la mayoría de las encuestas (44 encuestas). La definición ICVS fue utilizada en nueve casos. Otras definiciones incluyeron el temor a la violencia, a caminar solo en la oscuridad, sentirse a salvo en casa o afuera durante el día/la noche y preocupación por la posibilidad de convertirse en víctima.

Corrupción, fraude y otros delitos

32. La corrupción sólo fue cubierta en 12 encuestas y en todos los casos excepto uno se utilizó la definición ICVS. El fraude fue cubierto en 20 encuestas y en nueve de ellas se utilizó la definición ICVS. Otros delitos abarcados en encuestas seleccionadas incluyen: extorsión, fraude al consumidor, delitos cibernéticos y delitos electrónicos.

T. Comparación con los datos policiales

33. Los resultados de las encuestas se compararon con datos sobre delitos reportados a la policía en 17 casos (cerca del 30% de las encuestas). En algunos casos, se incluyen en la misma encuesta preguntas sobre reporte a la policía.

U. Difusión de los resultados de las encuestas

34. Los resultados de las encuestas han sido divulgados en Internet en 37 casos y en cinco encuestas adicionales los resultados estuvieron a disposición en la base de datos ICVS. Para 16 encuestas, los resultados no están disponibles en Internet. Los informes impresos son todavía medios de difusión muy comunes para los resultados de las encuestas; se han publicado reportes de 36 encuestas, además de que tres reportes han sido publicados como parte del análisis ICVS. De 16 encuestas no se han publicado reportes impresos. Se han producido juegos de microdatos de uso público sobre 24 encuestas, cerca del 40% del total.

Manual **para** **encuestas de** **victimización**

Las encuestas de victimización son una herramienta establecida que ayuda a gobiernos y ciudadanos a comprender los problemas delictivos e identificar la mejor manera de abordarlos. El Manual para encuestas de victimización elaborado conjuntamente por la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa constituye una fuente exhaustiva de información para diseñar encuestas nacionales de victimización.

Este Manual constituye el primer intento de desarrollar directrices metodológicas a nivel internacional para el diseño de encuestas de victimización. Este Manual, basado en ejemplos concretos, trata de las preguntas claves a la hora de elaborar una encuesta. ¿Qué enfoque darle?, ¿Cómo diseñar el cuestionario?, ¿Qué método de encuesta escoger? ¿Cómo interpretar los datos y presentar los resultados?