

EL INFORME DE INVESTIGACIÓN

El investigador, en todo caso debe estar consciente de las diferencias individuales, e intentar conciliarlas para preparar un buen informe que transmita lo que debe transmitir.

Prof. Adina Ruíz Guerra*

Prof. Oswaldo González R.**

***Miembro del Personal de Investigación del IN FACES – UC.**

****Director del INFACES -UC.**

La aceptación y utilidad de una investigación se determina en la medida en que puedan conocerse sus resultados.

Así, todo proceso de investigación implica no sólo la ejecución y análisis de lo planteado sino también la comunicación de los resultados, lo que puede hacerse en forma verbal y/o escrita.

A objeto de sistematizar la información relativa a la comunicación de los resultados, dividiremos la exposición en los siguientes aspectos:

1. Tipos de Informes y uso de cada uno
2. Estructura o Formato del Informe Escrito
3. Consideraciones de Estilo y Presentación
4. Presentación Oral.

1. TIPOS DE INFORMES Y USO DE CADA UNO.

La personalidad, experiencia y creatividad del investigador contribuye a proporcionar a cada informe una forma y estilo particular. Sin embargo, existen principios generales que deben tomarse en consideración al momento de iniciar la redacción del informe y que llevan a interrogantes como:

1.1 *¿A quién va dirigido el informe?*

Es necesario puntualizar quien es el lector del informe. La capacidad, interés y uso del que recibirá y utilizará el informe determina la forma en que el mismo debe ser redactado.

Tener presente que el informe debe transmitir al lector lo que el pueda entender, es norma elemental en la comunicación. Un ejecutivo, un técnico, un cliente, tienen diferencias individuales que han de ser consideradas para la confección del informe. El ejecutivo demandará un informe resumido, con los resultados, alcances, conclusiones y recomendaciones de la investigación; un técnico, director o colega investigador aspirará una exposición abundante y rica en términos técnicos, análisis estadístico y una exposición pormenorizada de la metodología; un cliente o el público en general recibirá con agrado un informe expresivo, las ilustraciones llamativas, terminologías sencilla y comprensible, con ejemplos y frases de uso cotidiano.

El investigador, en todo caso debe estar consciente de las diferencias individuales e intentar conciliarlas para preparar un buen informe que transmita lo que debe transmitir.

1.2 ¿Cuáles son los objetivos de la Investigación?

En este sentido debe existir una estrecha correspondencia entre el propósito, el objetivo y el resultado de la investigación. Tal como ha sido señalado en la etapa de formulación del problema, si el gerente o solicitante ha hecho partícipe al investigador del propósito perseguido y los objetivos fueron claramente establecidos, es tarea sólo del investigador vaciar en el informe los resultados en estricta correspondencia con dichos objetivos. Aquellos deben comunicarse con el detalle requerido, sin abundar en análisis repetitivos, ni omitir hallazgos de interés. El investigador deberá emplear su juicio para decidir que es lo realmente importante para ser transmitido.

1.3 ¿Qué alcance tiene la Investigación?

El informe debe comunicar con objetividad los resultados, sin pretender disfrazar datos por inconvenientes que ellos parezcan para la dirección de la empresa o el solicitante. Así como también debe evitarse magnificar situaciones que pudieran conducir a sobredimensionar los resultados y conducir a decisiones equivocadas.

Dos conceptos son importantes recordar en este aspecto: validez y confiabilidad de los resultados. La validez esta referida a la imparcialidad y relevancia de los datos obtenidos con relación a los objetivos propuestos; validez en cuanto al contenido mismo de los datos, su representatividad en cuanto a los criterios o supuestos utilizados y validez nomológico, es decir en cuanto a su consistencia con teorías y modelos que permitan llegar a interpretaciones y decisiones realmente generalizables.

La confiabilidad es aquella entendida como el grado en que los resultados serán los mismos si se repeliera la investigación en similares circunstancias.

En todo caso el investigador debe manejar con habilidad los principios mencionados de tal forma que el informe se ajuste al lector, sea comprensible, transmita con objetividad los resultados y se corresponda con el fin para el cual fue solicitada la investigación.

Con tales precisiones, se puede asumir que, en términos generales, los informes escritos de investigación se agrupan en dos tipos o modelos, entre los que surgirán muchas variantes de acuerdo al estilo y personalidad del investigador y del caso o situación particular del que se trate; ellos son el informe técnico y el informe divulgativo.

El informe técnico enfatizará en la metodología y técnicas empleadas, validez y confiabilidad de los resultados, marco teórico de la investigación y empleo de terminología especializada. Está dirigido fundamentalmente a expertos en la materia, incluirá términos como error muestral, nivel de confianza, tipo de escala de medición, grados de libertad, tipo de diseño de investigación utilizados, etc.

El informe divulgativo incluirá sólo en forma general el procedimiento de investigación, ilustraciones sencillas y expresivas de los resultados y se hará énfasis en las conclusiones y recomendaciones. Está dirigido a una audiencia general que se supone no maneja o no le interesa conocer con precisión la metodología y técnicas de investigación de mercados y sí está interesada fundamentalmente en los hallazgos y sus consecuencias.

La presentación deberá incluir datos y términos de uso común a objeto de no abrumar al lector con terminología especializada sin olvidar que la finalidad no es formar sino informar.

2. ESTRUCTURA O FORMATO DEL INFORME ESCRITO.

En el punto anterior hemos señalado la dificultad de estructurar un patrón o modelo de informe que comunique a cualquier audiencia los resultados de la investigación, por lo cual el formato que presentamos contiene un esbozo de las partes comunes a todo informe y la secuencia lógica en que se ubican, las que podrían ajustarse atendiendo a la intención, al tipo de lector y a la situación particular investigada.

La estructura que en este sentido sugerimos para el informe es la siguiente:

- Identificación
- Índice
- Resumen
- Introducción
- Metodología
- Resultados
- Conclusiones y Recomendaciones
- Apéndices
- Bibliografía

A continuación se expondrán, en forma breve, cada uno de los aspectos a fin de puntualizar en su contenido.

IDENTIFICACIÓN. El Informe debe estar claramente identificado por lo que sugiere detallar: el título del informe para quién y por quien fue realizado y la fecha en que se presenta. Esta identificación debe hacerse tanto en la carátula (Cara externa del Informe) como en la portada (primera página impresa).

Se sugieren títulos cortos pero precisos que sugieran con imaginación y creatividad el objetivo del trabajo.

Ejs:

“Perfil de los consumidores de Galletas Dulces”

“La leche de Larga Duración. Aceptación de los Usuarios”

Cuando el informe es confidencial como frecuentemente ocurre, se omite la información relativa al destinatario o patrocinante.

ÍNDICE. Esta sección se incluye cuando el informe es extenso y contiene numerosas divisiones. Se deberá especificar los títulos de las partes del informe con la mención de la página en que se localiza cada uno.

RESUMEN. Cuando el informe es muy extenso convendría incluir una sección que contuviese una síntesis de los aspectos más importantes a resaltar para que pueda ser leído en pocos minutos para aquellos ejecutivos muy ocupados. Se elabora una vez concluido el informe y se coloca generalmente en el orden en que se ha señalado, debe incluir objetivos, resultados, conclusiones y recomendaciones, si las hay.

INTRODUCCIÓN. En esta parte se debe proporcionar al lector una visión precisa sobre el porqué se hizo la investigación, cuál fue el problema que la originó, su importancia y dimensiones, así como los antecedentes del problema. En oportunidades es conveniente familiarizar al lector con la empresa y el objetivo del estudio.

El objetivo del informe debe ser expuesto con absoluta claridad, ubicar la investigación según su nivel; exploratorio, descriptivo, explicativo o predictivo; el alcance de la investigación debe ser precisado, si constituye una contribución al

conocimiento o a la solución de la situación que se estudia, así como las limitaciones que tuvo la investigación y hasta dónde afectan los resultados, evitando disminuir la confianza en los resultados, y señalar para qué población se generalizan los datos.

Así mismo, puede incluirse en esta sección el agradecimiento a organismos o individualidades por la colaboración prestada en la realización del estudio.

METODOLOGÍA. En esta sección se describirá cómo se lograron los resultados, partiendo de la exposición y justificación del diseño de investigación empleado, el o los métodos y técnicas utilizadas para recabar, analizar e interpretar la información, la fuente de los datos. Los procedimientos de muestreo, universo, unidad de muestreo, límites geográficos deben ser definidos.

RESULTADOS. Esta sección constituye el núcleo principal del informe por su contenido y volumen. Debe contener la exposición organizada de los hallazgos, en estrecha relación con los objetivos del trabajo. Tablas, gráficos, diagramas deberán incluirse a objeto de contribuir a una presentación clara, coherente y atractiva.

Debe evitarse la frecuente tentación, sobre todo en los estudiantes, relativa a ordenar la presentación de los resultados y su interpretación siguiendo el orden de las preguntas; ello no se corresponde siempre con los objetivos, ya que en el cuestionario las preguntas se organizan atendiendo a un orden lógico y psicológico que permita obtener las respuestas. En el informe el objetivo que se busca es comunicar los resultados, por lo que el orden debe coincidir entonces con los objetivos del estudio y la comprensión e interés del lector. Así como también, la información secundaria o complementaria debe dejarse para un apéndice, concentrándose esta sección para la información y análisis de lo esencial.

Es conveniente acompañar las tablas, cuadros y figuras de una explicación o interpretación concisa de los aspectos más resaltantes, recordando identificarlos claramente e indicar la fuente de donde se obtuvo la información; la terminología técnica suele escribirse con su notación numérica en los informes técnicos y en forma numérica y verbal en los informes divulgativos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. Constituye el fin de la investigación. Por lo tanto ésta sección debe incluir una síntesis de los resultados y las consecuencias que de ellos se derivan.

El investigador debe integrar los objetivos del estudio, los resultados y las consecuencias. Ello va a constituir las respuestas a las interrogantes que motivaron la investigación.

Concluir significa inferir de los resultados una descripción, explicación, afirmación o proposición, según el caso, debidamente sostenida o argumentada y expresada en forma organizada y coherente para así dar cumplimiento al trabajo metódico.

Sólo si el investigador dispone de información suficiente sobre la empresa, sus antecedentes, recursos, políticas operativas podrá hacer recomendaciones acerca de un determinado curso de acción, o si ello está incluido en el contrato de trabajo, de lo contrario deberá abstenerse ya que ello es función del que toma la decisión.

APÉNDICES. Es una parte accesoria o adjunta que incluye aquellos materiales que no encajan en el cuerpo del informe.

Su propósito es el de proporcionar detalles de algunos contenidos importantes que por su calificación técnica o especialización no conviene colocarlos en el texto, entonces se colocan en una sección aparte, al final del informe.

El apéndice podrá incluir una exposición detallada del diseño de la muestra, formatos de investigación e instructivos para levantar la información, mapas y tablas estadísticas, disposiciones legales y todo aquel material que pudiera ser de interés para el lector.

BIBLIOGRAFÍA, Cuando han sido utilizadas fuentes secundarias de información, deberá incluirse una sección que registre, ordenada en forma alfabética, la lista de aplicaciones o fuentes. Dicha lista registrará los datos del autor, de la fuente, título, pie de imprenta (ciudad, editorial, número de la edición y fecha de publicación), número total de páginas y datos de traducción si es el caso.

En el cuerpo del informe pueden incluirse citas bibliográficas que deberán acompañarse de la respectiva referencia al final de la cita o al pie de la página, si se han tomado en forma textual o resumida, datos o ideas de otros autores.

3. CONSIDERACIONES DE ESTILO Y PRESENTACIÓN.

La redacción del informe constituye un aspecto que refleja la personalidad del investigador, cada informe expresa una forma particular de escribir; sin embargo, existen algunos principios generales que conviene respetar a objeto de lograr un buen informe:

a) Emplear oraciones cortas y concretas. Cada párrafo debe contener una idea principal en torno a la cual se organicen frases secundarias que contribuyan a la comprensión de la idea: argumentos, aclaratorias, ejemplos y contrastes.

b) Los párrafos y secciones del informe deben guardar la adecuada coherencia de tal manera que el informe constituya una unidad estructural, con hilación.

c) Evitar términos complicados, recordando que la finalidad del informe es comunicar los resultados de la investigación por lo que debe ser comprensible al lector. Exige sobre todo precisión, por lo que deben emplearse palabras que traduzcan fielmente lo que desee expresar, debe evitarse el empleo de palabras de cuyo sentido no se está seguro por lo que conviene el uso de términos frecuentes. Se recomienda la consulta al diccionario.

d) Procurar uniformidad en el lenguaje en cuanto a tiempo y persona gramatical utilizada durante todo el escrito, es conveniente definir previamente quien habla en el informe; se sugiere la primera persona del plural o la forma impersonal (“se cree que...”).

e) Vigilar ortografía y puntuación. Las faltas no sólo desacreditan al escritor, sino también pueden despertar sospechas sobre los méritos profesionales; así como una puntuación defectuosa dificulta la lectura e incluso puede deformar el sentido de la oración.

f) Dar relevancia a las ideas, es decir, resaltar lo esencial sobre lo accesorio. Para ello pueden emplearse algunos procedimientos de uso común como subrayado, uso de subtítulos y divisiones en forma ordenada y en secuencia uniforme.

En lo relativo a la presentación, el informe debe ser mecanografiado, 40 a doble espacio, con márgenes amplios (dos centímetros de margen derecho e inferior y tres centímetros de margen izquierdo y superior), en papel tamaño carta. Las páginas deben marcarse a partir del índice.

Antes de mecanografiar el informe definitivo conviene un primer borrador, que puede pasar por varias revisiones a objeto de chequear que se cumpla con la claridad, precisión y corrección deseada.

2. PRESENTACIÓN ORAL.

Con frecuencia es requerida, además, la presentación oral de los resultados de la investigación a un grupo de ejecutivos de la empresa u organismo que contrata el estudio. Si bien la habilidad verbal no es igual en todos los individuos, en lo esencial, esa habilidad es producto del aprendizaje, por tal razón cualquier persona normal, con interés, dedicación y conocimiento de algunas reglas prácticas, podrá lograr una exposición oral ordenada, clara e interesante.

La exposición oral puede ser de tres clases: lectura del informe, memorización completa del documento y exposición de un resumen. Las dos primeras formas son las más rígidas para el expositor y menos atractivas para el auditorio; la tercera resulta más interesante y flexible, por lo que haremos algunas sugerencias con relación a ésta.

a) Elaborar un plan lógico que en líneas generales reproduzca la presentación escrita. Dicho esquema debe contener los puntos esenciales, y puede organizarse en tres etapas: Introducción, desarrollo y conclusiones.

b) Al igual que en la presentación escrita, el lenguaje debe ser sencillo, claro y preciso.

c) Las ayudas visuales desempeñan papel preponderante en la exposición oral.