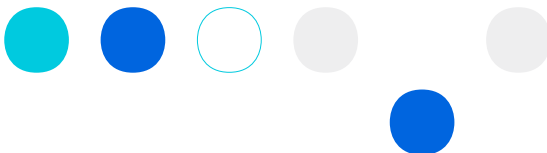


Guía para diseñar una encuesta sobre PI



¿Por qué realizar una encuesta sobre PI?

Una encuesta puede ser útil para comprender los factores que hay detrás y más allá de las estadísticas agregadas. Las encuestas basadas en la propiedad intelectual (PI) pueden ser, por consiguiente, una herramienta valiosa para orientar las políticas en materia de innovación y PI. En esta breve guía se describen las mejores prácticas para el diseño de encuestas relacionadas con la PI, con el fin de que sean adoptadas por los gobiernos y los investigadores interesados en comprender el comportamiento económico de las partes interesadas en el sistema de PI y en diseñar políticas que contribuyan a su desarrollo.



Hoja de ruta para diseñar una encuesta sobre PI

A Planificación de la encuesta

Empiece por tener una idea clara del resultado final que desea obtener y de las principales preguntas a las que debe responder.

B Diseño de la encuesta

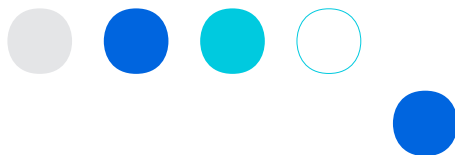
Gracias al análisis estadístico descriptivo, analice su público objetivo para comprenderlo mejor y utilice ese análisis para diseñar la encuesta.

C Recopilación de datos

Planifique la etapa de realización de la encuesta y recopilación de datos con arreglo a un calendario.

D Comprobación y análisis de los datos

Evalúe, analice y valide la exactitud de los datos recopilados.



A Planificación de la encuesta

En primer lugar, considere el resultado final. Este es el paso más importante, y le ayudará a planificar las fases posteriores: diseño, comprobación de la validez y recopilación de datos.

Para comprender qué se entiende por resultado, considere lo siguiente:

- ¿Cuál es el objetivo de la encuesta?
- ¿Cuáles son las principales preguntas de la investigación?
- Las encuestas pueden llevar mucho tiempo y consumir muchos recursos. ¿La realización de una encuesta es realmente la mejor manera de responder a la pregunta de investigación?
- En función de las preguntas de la investigación, es posible que necesite comprender tanto a los usuarios como a los no usuarios del sistema de PI. ¿Quiénes son los destinatarios de la encuesta? Los destinatarios pueden variar en función del país, el tipo de empresa o la institución. Por ejemplo, las encuestas a usuarios de PI pueden dirigirse a:
 - solicitantes (particulares, empresas, universidades, etc.)
 - solicitudes (patentes, diseños industriales, etc.)
 - inventores, creadores, diseñadores, etc.

Consejo

Cuando haya varios solicitantes, inventores o diseñadores por solicitud, utilice solo el primer solicitante en aras de la simplicidad.

- **¿Cuál es el método de encuesta ideal para las preguntas de la investigación? Por ejemplo:**
 - Panel: una secuencia de datos recopilados a intervalos, adecuada para el seguimiento de cambios a lo largo del tiempo.
 - Transversal: datos recopilados mediante la observación de numerosos sujetos (como individuos, empresas, territorios o regiones) en un momento dado o durante un periodo determinado.
 - Diseño mixto: integración de datos cuantitativos y cualitativos en una misma investigación.

El método utilizado afectará a los datos que pueda recopilar, así como a los recursos y el tiempo necesarios.

- **¿Cuál es el mejor periodo de tiempo para la encuesta, según el método que utilice?**
 - Por ejemplo, las solicitudes de patente presentadas entre 2017 y 2019.

Si se elige un periodo de tiempo muy reciente es posible que algunos datos no puedan ser recopilados. Por el contrario, un periodo de tiempo más antiguo podría dar lugar a imprecisiones por parte de los encuestados.

- **¿Cuál es el mejor método de recopilación (distribución) para las personas encuestadas?**
 - Por ejemplo, en línea, por correo electrónico, por correo postal, cara a cara, etc.

Determine si dispone de suficiente información de contacto de los destinatarios, como correo electrónico, número de teléfono o dirección postal. Los métodos de contacto difieren en el uso de recursos y el porcentaje de respuestas.



- Determine el calendario ideal para cada etapa de la encuesta y fije metas claras. Pasar apresuradamente por las etapas puede ser arriesgado, pero un largo proceso de recopilación y análisis puede hacer que los resultados de la encuesta sean irrelevantes. Prevea tiempo suficiente para cada etapa, contando con algún imprevisto. Por ejemplo, es posible que tenga que enviar recordatorios.
- Determine cuál es el resultado final ideal. Por ejemplo:
 - conjunto de datos para investigadores
 - informe para responsables de políticas
- Disponga de planes de contingencia. Por ejemplo:
 - destinatarios alternativos
 - método de distribución alternativo

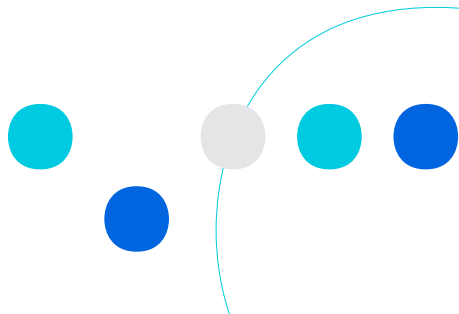
Consejo

Las diferentes infraestructuras y preferencias culturales repercutirán en el éxito de la encuesta. Determine cuáles son los mejores métodos de recopilación de datos en su entorno.

B Diseño de la encuesta

Ejemplo de diseño

- Realice un análisis estadístico descriptivo del público objetivo para comprender sus matices y características demográficas, utilizando información de registros unitarios (una recopilación exhaustiva de datos relativos a individuos). Esto le ayudará a determinar quiénes son los encuestados ideales y los posibles sesgos en los resultados.
- Si el grupo destinatario es demasiado grande para encuestarlo en su totalidad, tendrá que encuestar a una muestra representativa. Se trata de un subconjunto de los destinatarios que refleja con exactitud las características del grupo completo.
 - Por ejemplo, un grupo de 1.000 personas (300 no residentes y 700 residentes) podría dar lugar a una muestra representativa de 200 (60 no residentes y 140 residentes).
- Puede ser difícil de conseguir, pero tenga por objeto una muestra que refleje la consistencia y la diversidad del conjunto completo.
- Para lograr una muestra representativa pueden surgir varios obstáculos. Es importante ser transparente sobre las limitaciones del procedimiento de muestreo. Una muestra no representativa dará lugar a resultados sesgados y, por tanto, a conclusiones sesgadas.



Diseño del cuestionario

- Proporcione por adelantado definiciones claras de los instrumentos de PI y de otros términos técnicos.
 - Defina términos como “patente”, “fecha de presentación”, etc.
- Diseñe el cuestionario conforme a las preguntas de la investigación y al análisis estadístico descriptivo.
- Incluya preguntas que le permitan validar los resultados (por ejemplo, el sesgo por falta de respuestas).
- Asegúrese de que el lenguaje que utiliza es claro y coherente.
- Ordene las preguntas de forma lógica.
- Agrupe las preguntas por temas.
- Empiece por las preguntas y los temas más importantes.
- Dentro de cada tema, comience con preguntas generales y hágalas gradualmente más específicas.
- Organice la encuesta de forma que el encuestado no tenga que recordar preguntas anteriores.
- Evite los cuestionarios largos, ya que reducen el porcentaje de respuestas.

Redacción de las preguntas

Aunque es imposible garantizar que cada pregunta signifique exactamente lo mismo para todos los encuestados, trate de minimizar los malentendidos de la siguiente manera:

- Sea sencillo, coherente y concreto.
- Evite las preguntas abstractas, generales y ambiguas.
- Evite pedir más de un dato en una misma pregunta.
- Minimice los sesgos evitando:
 - las preguntas directivas
 - las respuestas socialmente deseables
 - la jerga y la mención de nombres concretos
- Dé cabida a todas las respuestas posibles, pero asegúrese de que sean mutuamente excluyentes.
- De ser necesario, prevea respuestas graduadas.
 - Por ejemplo, la escala Likert, que tiene de cinco a siete respuestas posibles.

Evaluación previa

- Es fundamental realizar una evaluación previa del cuestionario tanto con personas expertas como no expertas para detectar las posibles fuentes de confusión en el texto de las preguntas y las opciones, así como para eliminar redundancias y errores tipográficos.
- Realice una evaluación previa del cuestionario con personas expertas para recabar su opinión técnica.
 - Por ejemplo, destinatarios finales, expertos en PI, examinadores.
- Realice una evaluación previa del cuestionario con personas no expertas para recabar su opinión sobre la claridad y facilidad de uso.
- Realice entrevistas con los encuestados en la evaluación previa para conocer su opinión.
 - Por ejemplo, pregúnteles por la longitud del cuestionario, la claridad de las preguntas y su proceso de reflexión para llegar a una respuesta.
- Revise y actualice el cuestionario en función de los comentarios que reciba.
- Deje tiempo suficiente para varias rondas de revisiones.

C Recopilación de datos

- Elabore un proceso de ejecución y fije un calendario.
- Disponga de planes de contingencia. Por ejemplo, determine quiénes serían los destinatarios alternativos.
 - director general, diseñador, etc.
- Disponga de una estrategia para tranquilizar a los encuestados sobre el anonimato y la confidencialidad.
- Redacte una carta de presentación en la que:
 - se indique el objetivo de la encuesta
 - se incluyan avales de autoridades e instituciones
 - se garantice el anonimato y la confidencialidad de los datos
- Prepare una estrategia de registro de datos centralizada y armonizada para minimizar el potencial de errores humanos.
- Forme a los investigadores sobre el terreno para que adopten un planteamiento unívoco y minimicen los sesgos.

- Pruebe la estrategia de registro de datos para asegurarse de que funciona.
- Distribuya el cuestionario con una carta de presentación adjunta.
- Envíe recordatorios y haga un seguimiento de acuerdo con el calendario y las metas fijadas.
- En cada etapa, realice un seguimiento del porcentaje de respuestas y de los posibles sesgos.
- Identifique los grupos de destinatarios que presenten un bajo porcentaje de respuestas y active planes de contingencia para minimizar los posibles sesgos.
 - Por ejemplo, considere la posibilidad de recurrir a otros destinatarios o cambie el método de recopilación de datos.
- Documente los cambios de estrategia debidos a problemas imprevistos.
- Registre y recopile los datos.

D Comprobación y análisis de los datos

- Evalúe si los datos recopilados son representativos de la muestra y del conjunto de destinatarios.
- Si es necesario, edite y limpie los datos registrados para obtener un conjunto de datos compatible con el programa estadístico:
 - Elimine los datos duplicados.
 - Elimine los cuestionarios vacíos o incompletos (por ejemplo, en función de un umbral).
- Calcule el porcentaje de respuestas.
- Realice un análisis estadístico descriptivo de los datos recopilados.
- A menudo existe un plazo para la publicación de solicitudes de activos de PI. Téngalo en cuenta al analizar los datos.
 - Por ejemplo, las patentes tardan unos 18 meses en hacerse públicas.
- Compare los resultados con las estadísticas de la población general.
- Determine los sesgos (sobremuestreo o inframuestreo) en determinadas categorías. Por ejemplo, una representación desproporcionada de:
 - un año
 - una clase tecnológica (código de la CIP)
 - una ubicación geográfica, etc.
- Considere la posibilidad de redactar un informe basado en estadísticas descriptivas y/o análisis econométricos más profundos y en las posibles consecuencias en materia de políticas.
- Sea transparente sobre las limitaciones, los sesgos, los retos y las enseñanzas extraídas de la encuesta.



Organización Mundial
de la Propiedad Intelectual
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Tel: + 41 22 338 91 11
Fax: + 41 22 733 54 28

Para los datos de contacto
de las oficinas de la OMPI
en el exterior, visite:
www.wipo.int/about-wipo/es/offices

© OMPI, 2023



Atribución 4.0 Internacional
(CC BY 4.0)

La licencia de CC no se aplica al
contenido de la presente publicación
que no sea de la OMPI.

Publicación de la OMPI N.º 1082ES
DOI: 10.34667/tind.46731