

La encuesta



La encuesta es una técnica muy usada en investigación, para obtener información en forma rápida y eficaz.

Formalmente se define como la técnica que usa un grupo de procedimientos estándares de investigación, para recolectar y analizar una serie de datos de una muestra de casos, que representan a una población o un universo, que se quiere estudiar, pormenorizar y predecir su comportamiento y explicar sus características.

El instrumento de evaluación que utiliza la encuesta es el cuestionario.

Características

1. La información se consigue a través de la observación, ya que se hace a través de lo que manifiestan la personas a las que se está encuestando. Por esta razón se debe tener presente la posibilidad de que la información no refleje exactamente la realidad.

2. La encuesta tiene la enorme ventaja de poderse usar para cubrir un gran número de personas. Puede hacerse utilizando urnas de opinión, encuestas de casa en casa, encuestas por internet, etc.

3. En el caso de la encuesta, no es importante el sujeto en sí mismo, sino por el hecho de pertenecer a un determinado grupo o a una



comunidad, que es la que se necesita conocer. Interesa conocer el comportamiento del sujeto dentro del grupo.

3. Se puede conseguir información sobre muchos temas.
4. El instrumento de aplicación que se usa es el cuestionario, que debe tener las mismas preguntas para todas las personas, se debe hacer por escrito o por internet.



Cómo diseñar el cuestionario

El cuestionario es el documento en donde se reúne la información que se ha definido como necesaria al diseñar la encuesta. La encuesta es todo el proceso que se lleva a cabo, mientras que el cuestionario es el documento o formulario que contiene las preguntas que se les van a hacer a las personas encuestadas.

El objetivo del cuestionario es hacer las preguntas oportunas que aporten la información concreta sobre las variables que se desea conocer, por ejemplo, tendencias de la moda, opinión sobre el funcionamiento de una empresa, evaluar un servicio, intención de voto.

Para que todos los encuestados, sin importar su nivel de educación, puedan entender las preguntas, estas deben ser claras y sencillas.

La brevedad en la redacción de la pregunta permite fijar la atención y obtener respuestas más precisas. Las preguntas extensas se prestan a confusión y a extender el tiempo de la prueba.

Todas las palabras que se usen en la redacción de las preguntas deben ser claras y precisas, que no admitan interpretaciones diferentes. Si es necesario hacer preguntas de orden temporal o numérico, deben ser precisas, por ejemplo: todos los días, una vez a la semana, de 1 a 4, etc.

En las preguntas no deben incluirse cálculos, a menos que se trate de un estudio especial, en donde se tenga la seguridad de que las personas tienen este tipo de conocimientos y se les proporcione los medios para poder realizarlos.

Todas las preguntas deben plantearse en forma positiva, si se redactan en forma negativa es más difícil que las comprendan. Por ejemplo, encuentra la palabra que significa lo contrario de....

En la medida de lo posible y a menos que el estudio así lo exija, evitar usar preguntas con respuestas memorísticas. Si el estudio lo pide, existen unas técnicas para aumentar la validez cuando se usa el pasado:

realizar las preguntas poniendo como referencia acontecimientos más recientes,



pedir promedios más que datos concretos,

tomar como referencia acontecimientos o fechas importantes del calendario

mostrando una tarjeta que ofrezca un listado de respuestas

Las preguntas de identificación pueden ponerse tanto al inicio como al final del cuestionario. Lo usual es ponerlas al principio, pero algunos autores aconsejan ponerlas hasta el final, para que el encuestado se sienta en libertad. Las preguntas de identificación deben garantizar el anonimato del encuestado y solo proporcionar información que nos pueda servir para objetos de clasificación.

Las preguntas se agrupan por temas para no confundir al entrevistado.

Cuando hay que marcar cuadros, ordenar tarjetas o hacer representaciones gráficas, se aconseja alternarlas en el cuestionario para no hacerlo aburrido.

Se aconseja no hacer cuestionarios de más de 30 preguntas, calcular un tiempo de 5 a 10 minutos. Este consejo es muy subjetivo, nuevamente depende del tipo de



estudio y del tipo de personas que estamos entrevistando. Si vamos a entrevistar personas a la salida del supermercado, es mejor diseñar un cuestionario muy breve que no ocupe más de 5 minutos, en caso contrario, las personas pueden abandonar o responder cualquier cosa.

Tipos de preguntas

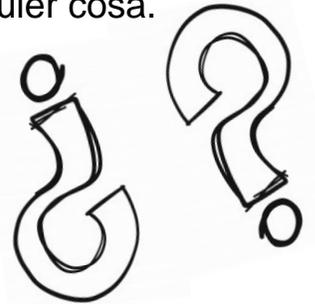
- **Por la naturaleza del contenido.**

Las preguntas del cuestionario pueden estar hechas sobre cuestiones concretas, sobre intenciones, opiniones, nivel de información, actividades, aspiraciones, motivos o razones, etc. Aquí se incluyen las preguntas de identificación, tales como sexo, edad, estado civil, número de hijos, nivel de estudios, profesión, etc.

- **Por el tipo de respuesta que admitan del encuestado.**

- **Cerradas.** Las preguntas cerradas son aquellas en las que el encuestado, para reflejar su opinión o situación personal, debe elegir entre dos opciones: «sí-no», «verdadero-falso», «de acuerdo-en desacuerdo», etc. Tienen como ventaja su fácil respuesta y codificación; sin embargo, la información que ofrecen es limitada.

- **De elección múltiple.** Este tipo de preguntas pueden ser de tres tipos:



- a. Abanico de respuestas, ofrecen al encuestado una serie de opciones de respuesta, solamente puede elegir una de las respuestas.
- b. Abanico de respuestas con un ítem abierto. Aparte del abanico de respuestas, se abre un espacio para colocar otra respuesta que no esté contemplada entre las opciones ofrecidas.
- c. Preguntas de estimación. En este caso se ofrecen como alternativas respuestas graduadas en intensidad sobre el punto de información deseado.



- **Abiertas.** El encuestado tiene la libertad para responder usando sus palabras. Su calificación y cuantificación es más complicada. Se deben usar solo cuando se desconoce el nivel de información que tienen los encuestados o se está explorando un mercado y se quiere obtener la mayor cantidad de información posible.
- ***De acuerdo a su función.***
- **Preguntas filtro.** Con estas preguntas se persigue hacer una selección de los encuestados, para sacar de la encuesta a las personas que no llenan ciertos criterios y que continúen respondiendo el cuestionario solamente las que nos interesan. Con este tipo de preguntas, se logra minimizar esfuerzos tanto por parte del investigador como del encuestado.

- **Preguntas de consistencia y control.** Se redactan en forma diferente, se pregunta lo mismo, pero de otra manera, para asegurar la consistencia en las respuestas. Hay que ponerlas en forma espaciada dentro del cuestionario, no una a continuación de la que se desea controlar.



Formato definitivo:

En el cuestionario se debe identificar el organismo que lleva a cabo la investigación, el título del estudio, indicaciones que garanticen la confidencialidad, la fecha, instrucciones, agradecimiento al encuestado por su tiempo y esfuerzo.

Fuente:

<http://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-laencuesta-como-tecnica-investigacion--13047738>

Editado: Edufuturo

Palabras: 1127

