

La encuesta como técnica de recolección de datos

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

Se puede definir la encuesta como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características». Entre sus características se pueden destacar las siguientes:

1. La información se obtiene mediante una observación indirecta de los hechos, a través de las manifestaciones realizadas por los encuestados, por lo que cabe la posibilidad de que la información obtenida no siempre refleje la realidad.
2. La encuesta permite aplicaciones masivas, que mediante técnicas de muestreo adecuadas pueden hacer extensivos los resultados a comunidades enteras.
3. El interés del investigador no es el sujeto concreto que contesta el cuestionario, sino la población a la que pertenece; de ahí, como se ha mencionado, la necesidad de utilizar técnicas de muestreo apropiadas.
4. Permite la obtención de datos sobre una gran variedad de temas.
5. La información se recoge de modo estandarizado mediante un cuestionario escrito. (instrucciones iguales para todos los sujetos, idéntica formulación de las preguntas, etc.).

Diseño del cuestionario

El instrumento básico utilizado en la investigación por encuesta es el cuestionario, que podemos definir como el «documento que recoge de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta». De esta definición podemos concluir que la palabra encuesta se utiliza para denominar a todo el proceso que se lleva a cabo, mientras la palabra cuestionario quedaría restringida al formulario que contiene las preguntas que son dirigidas a los sujetos objeto de estudio.

El objetivo que se persigue con el cuestionario es traducir variables empíricas, sobre las que se desea información, en preguntas concretas capaces de suscitar respuestas fiables, válidas y susceptibles de ser cuantificadas.

Tipos de preguntas

En el cuestionario se pueden encontrar distintos tipos de preguntas según la contestación que admitan del encuestado, de la naturaleza del contenido y de su función.

Según la contestación que admitan del encuestado.

1. **Cerradas.** Las preguntas cerradas (también denominadas precodificadas o de respuesta fija) 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.
2. **De elección múltiple.** Este tipo de preguntas pueden ser de tres tipos:
 - a. Abanico de respuestas, cuando se ofrece al encuestado una serie de opciones de respuesta, que deben ser exhaustivas y mutuamente excluyentes.

- b. Abanico de respuestas con un ítem abierto. Este tipo de pregunta es apropiado cuando no se tiene la absoluta certeza de resultar exhaustivos y se deja la posibilidad al encuestado de añadir opciones no contempladas en las alternativas de respuesta ofrecidas.
- c. Preguntas de estimación. En este caso se ofrecen como alternativas respuestas graduadas en intensidad sobre el punto de información deseado.

3. **Abiertas.** Se consideran preguntas abiertas cuando se da libertad al encuestado para que conteste con sus propias palabras. Este tipo de preguntas está indicado en estudios de carácter exploratorio y cuando se desconoce el nivel de información que tienen los encuestados. Presentan como ventaja el hecho de proporcionar mucha información y un máximo de libertad al encuestado; sin embargo, la codificación de las respuestas puede suponer ciertas dificultades y exige un mayor esfuerzo al encuestado para su contestación.

Según la naturaleza del contenido. Las preguntas del cuestionario pueden versar sobre cuestiones concretas o hechos objetivos, sobre intenciones, opiniones, nivel de información, actividades, aspiraciones, motivos o razones, etc. En este apartado, merecen especial mención las preguntas de identificación (sexo, edad, estado civil, número de hijos, nivel de estudios, profesión), ya que suelen referirse a las variables independientes principales.

Según su función. En el cuestionario se pueden encontrar preguntas que tienen funciones especiales. Dentro de éstas destacarían los siguientes tipos:

1. **Preguntas filtro.** Las preguntas filtro tienen por objeto seleccionar a una parte de los encuestados para realizarles posteriormente preguntas sólo indicadas para ellos. Suponen una economía de esfuerzos para el investigador y el encuestado.

2. **Preguntas de consistencia y control.** Las preguntas de consistencia tienen como función comprobar la congruencia de las respuestas del entrevistado. Son preguntas con el mismo significado pero distinta redacción, que se sitúan espaciadas en el cuestionario. Las preguntas de control intentan determinar la veracidad de las respuestas del encuestado, para lo cual suelen incluir en las categorías propuestas alguna falsa.
3. **Preguntas de aflojamiento y acceso.** La finalidad de las preguntas de aflojamiento, también llamadas de introducción, es establecer un clima de interés que posibilite una mejor disposición por parte del sujeto a contestar. Este tipo de preguntas se sitúan al comienzo del cuestionario y, si éste versa sobre más de un tema, cada vez que se trata uno distinto. Las preguntas de acceso son preguntas que, por su redacción, hacen que el encuestado no se sienta incómodo al tratar temas comprometidos (aunque es preciso tener en cuenta que no deben realizarse preguntas indiscretas si no son estrictamente necesarias)

Las preguntas deben ser claras y sencillas, de modo que puedan ser fácilmente entendidas por todos los encuestados.

Deben ser lo más cortas posibles. En líneas generales, y siempre que no quede alterado su significado, las preguntas deben ser breves, ya que requieren menos tiempo y menos atención lectora.

Deben evitarse las frases o palabras ambiguas que induzcan a interpretaciones diversas según los encuestados. Así, una pregunta, o una palabra, será precisa si dos encuestados diferentes la entienden del mismo modo. En el caso de que se ofrezcan categorías que precisen una especificación temporal o numérica, éstas deben ser concretas, por ejemplo, «una vez a la semana», «todos los días», evitando expresiones como «con frecuencia», «a veces», «mucho», etc., que se prestan a múltiples interpretaciones. Por otro lado, es preferible evitar el uso de expresiones

coloquiales, ya que cambian con rapidez y no todos los encuestados están al tanto de su significado.

Debe evitarse el empleo de palabras emocionalmente cargadas. Términos como por ejemplo «homosexual», «drogadicto», «racista» tienen en nuestra sociedad una connotación negativa y su uso en un cuestionario repercutirá en la calidad de las respuestas, bien induciendo las respuestas, bien ocasionando reacciones negativas en los encuestados.

Se deben evitar las preguntas que incluyan cálculos o temas difíciles y complejos. Si es necesario que el encuestado realice cálculos, debe procurarse facilitarlos al máximo. Por otro lado, antes de proponer preguntas sobre temas complejos se debe estar completamente seguro de que los encuestados poseen esos conocimientos, ya que normalmente no se suele admitir el desconocimiento y se responde a las preguntas se esté o no capacitado para ello.

Se deben evitar las preguntas en forma negativa. Las preguntas con formulación negativa son más difíciles de comprender, especialmente si se pide al sujeto que manifieste su acuerdo o desacuerdo.

Se debe evitar realizar preguntas que obliguen al sujeto a recurrir a la memoria, ya que este tipo de preguntas pone en juego la fiabilidad de las respuestas. Si es absolutamente imprescindible, es aconsejable usar «técnicas para aumentar la validez de informar sobre el pasado», como realizar las preguntas centrándose en los acontecimientos más inmediatos, pedir promedios más que datos concretos, tomar como referencia acontecimientos o fechas importantes del calendario y «procedimientos de ayuda al recuerdo» ofreciendo al encuestado una o más señales de memoria como parte de la pregunta, por ejemplo, mostrando una tarjeta que ofrezca un listado de respuestas (que por supuesto debe ser exhaustivo).

Orden y extensión del cuestionario

Además de las indicaciones comentadas para la realización de las preguntas, es necesario considerar el orden en que van a ser colocadas en el cuestionario y la extensión del mismo. Se presenta en primer lugar lo referente a la ordenación:

Las primeras preguntas deben ser sencillas y motivadoras, reservando el espacio central del cuestionario para las más importantes de la investigación.

Es conveniente finalizar el cuestionario con preguntas fáciles que dejen en el encuestado una buena sensación.

Las preguntas de identificación suelen colocarse al comienzo del cuestionario, aunque hay autores que defienden su situación al final del mismo aduciendo una mayor libertad en las contestaciones. De cualquier modo, es imprescindible que estas preguntas de identificación garanticen el anonimato de los encuestados.

Las preguntas deben agruparse por temas. Si el cuestionario va a tratar más de un tema es recomendable que las preguntas estén agrupadas para evitar el desconcierto del entrevistado pasando de un tema a otro.

Las preguntas cuya contestación implique marcar en cuadros, ordenar tarjetas o representar gráficamente, deben colocarse en el cuestionario de modo que no resulten monótonas o fatigosas para el encuestado.

Respecto a la extensión, el número habitual de preguntas suele situarse entre las 20 y las 30 y el tiempo necesario para su contestación alrededor de los 15 min. En estos dos aspectos se deberá ser tan cuidadoso como en los anteriormente expuestos, teniendo siempre presente la población objeto de estudio. Un cuestionario auto-administrado de 60 preguntas redactadas correctamente puede suponer un tiempo de contestación de 15 a 20 minutos en una muestra de jóvenes universitarios, sin producir ninguna fatiga y constituir, sin embargo, una barrera infranqueable para una muestra de ancianos o de adolescentes con problemas de escolarización.

Prueba piloto o pretest:

Una vez redactadas las preguntas y adecuadamente situadas en el cuestionario, se estará en disposición de realizar la prueba piloto o pretest.

Por mucho cuidado que se haya puesto en el proceso de elaboración del cuestionario es imprescindible que se someta a una prueba piloto antes de proceder a la aplicación masiva. Las respuestas obtenidas deben codificarse y someterse a las pruebas estadísticas que se hayan considerado pertinentes para el estudio (aspecto que se tratará en la segunda parte de este trabajo); de este modo, la prueba piloto permitirá determinar si las preguntas han sido correctamente comprendidas por todos los sujetos, si han producido fatiga o rechazo, si la duración ha sido excesiva o cualquier otra deficiencia.

Formato definitivo:

Después de realizar el estudio piloto e introducir las oportunas correcciones, se estará en disposición de elaborar el formato definitivo del cuestionario. Éste debe incluir los siguientes apartados:

- Identificación del organismo que lleva a cabo la investigación.
- Título completo del estudio en el que se enmarca el cuestionario.
- Declaración explícita de que la información que se facilite va a ser tratada con máxima confidencialidad.
- Espacio para la fecha de cumplimentación del cuestionario (dato especialmente relevante en estudios longitudinales).
- Instrucciones para la adecuada cumplimentación.
- Frase de agradecimiento al encuestado por el esfuerzo realizado.

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

Editado: Edufuturo

Palabras: 1790