

Manual para la elaboración de Encuestas

Objetivos

Definición

Tipos de encuesta

Etapas de elaboración

Secciones de la encuesta

Contenidos básicos del texto

Clasificación de las preguntas

Según la forma de respuesta

Según la naturaleza de la pregunta

Según su función en el cuestionario

Pregunta abierta

Pregunta cerrada

Tipos de encuesta según su aplicación

Ventajas y desventajas de la investigación con encuestas

Evaluación de las preguntas

Evaluación de la encuesta

Bibliografía

Objetivos:

- Exponer la técnica denominada "encuesta".
- Analizar conceptualmente la técnica.
- Identificar requerimientos de la técnica.
- Proponer procedimientos de elaboración.
- Sugerir circunstancias de aplicación.

Definición:

Aunque algunos teóricos definen la encuesta como una técnica de papel y lápiz cuya función es recopilar información –creencias, valoraciones, conductas, motivaciones... acerca de un grupo de personas; conviene señalar la existencia de tecnologías como el computador que actualmente suplen o reemplazan la dimensión de papel y lápiz.

Tipos de encuestas:

En general, se pueden distinguir dos tipos de encuestas (Wimmer & Dominick, 2001): las encuestas de carácter descriptivo y las de carácter analítico.

Encuestas de carácter descriptivo: "Una encuesta descriptiva intenta retratar o documentar condiciones o actitudes actuales, es decir, se describe lo que existe en el momento, a los investigadores les interesa descubrir la situación actual de un área determinada" (Wimmer & Dominick, 2001, pág. 161).

Encuestas de carácter analítico: "Las encuestas analíticas procuran describir y explicar por qué existen ciertas situaciones. En este método, se examinan dos o más variables **para poner a prueba las hipótesis de investigación.** Los resultados permiten a los investigadores examinar las interrelaciones entre las variables y obtener conclusiones explicativas." (Wimmer & Dominick, 2001, pág. 161)

Etapas de la elaboración de una encuesta:

1. Formulación de los objetivos de la encuesta.
2. Configuración del proceso de aplicación de la encuesta (por ejemplo, es auto-administrada –¿por correo?- ó administrada por terceros –¿por teléfono?-)
3. Diseño de la encuesta piloto (Fink & Kosecoff, 1985; Peterson, 2000).
 - Formule las potenciales preguntas de investigación
 - Defina los conceptos o términos claves de la investigación
 - Organice por orden de prioridades las distintas cuestiones a investigar
 - Evalúe cada pregunta de investigación de acuerdo con los objetivos de la misma
 - Decida sobre el tipo de preguntas que empleará en el cuestionario
 - Redacte los interrogantes y las alternativas de respuesta –cuando así se requiera-
 - Elabore la encuesta –considere la estructura y el formato-
4. Evaluación por externos del cuestionario piloto.
5. Administración de la prueba piloto.
6. Evaluación de la prueba piloto e introducción de las modificaciones del caso.
7. Elección de la muestra.
8. Aplicación de la encuesta.
9. Codificación y tratamiento de los datos.
10. Elaboración del informe.

Secciones de una encuesta:

Sección introductoria: división de la encuesta que sirve de presentación de los investigadores y el proyecto mismo.

Sección de instrucciones: parte del instrumento que señala las pautas a seguir durante la administración del mismo.

Sección de identificadores: compuesta, fundamentalmente, por interrogantes dirigidos a precisar la pertinencia del sujeto respecto a los objetivos de la encuesta.

Sección demográfica: apartado cuyo propósito es proveer información sobre características sociodemográficas de la muestra.

Sección de cierre: módulo del cuestionario que da fin al proceso, solicita información distinta a los objetivos del proyecto –por ejemplo, si desea seguir siendo elegido para nuevas investigaciones- y agradece la colaboración prestada (Fink & Kosecoff, 1985).

Contenidos básicos del texto correspondiente a la sección introductoria del cuestionario:

El contenido que toda encuesta debe tener –ya sea en la carta de presentación o en la sección introductoria- consiste en:

1. Información sobre el proyecto (Peterson, 2000)
 - Quién es el responsable de la investigación.
 - Qué información es requerida.
 - Cómo la información va a ser obtenida.
 - Porqué la información será recogida.
2. Texto de consentimiento.

Clasificación de las preguntas.

Según la forma de respuesta.

Abierta: formulación donde el entrevistado plantea su punto de vista sin ningún tipo de formato de respuesta.

Ejemplos:

¿Qué opina de las elecciones para las alcaldías?

¿Cuáles cremas dentales conoce?

Cerrada: interrogante que invita al entrevistado a fijar su respuesta en una de las opciones previamente establecidas.

Ejemplos:

Las elecciones para las alcaldías deberían ser cada:

a. 2 años b. 3 años c. 4 años...

Por favor, indique su edad.

a. menos de quince años. b. 16-21 c. 22-27 d. 28-33...

Según la naturaleza de la pregunta.

Sobre hechos: Indaga sobre eventos –sucesos, fechas, ...- o actividades concretas

Ejemplos:

¿Cuándo fue la última vez votó?

¿Cuánto gastó en tiquetes aéreos?

¿Cuál es su emisora favorita?

Sobre conocimientos: Investiga nociones o creencias.

Ejemplos:

¿Quiénes son los candidatos para las próximas elecciones presidenciales...?

¿Cuáles canales de televisión...?

Sobre intenciones: Examina disposiciones futuras de acción.

Ejemplos:

¿En caso de llegar a una segunda vuelta, por quién de éste par de candidatos votaría...?

¿Visitaría el nuevo almacén...?

Sobre opiniones: Escudriña juicios sobre eventos o personas.

Ejemplos:

¿Cuál de los candidatos tiene un mejor perfil presidencial?

¿Cómo evalúa el empaque?

Sobre explicaciones: Explora antecedentes y consecuentes de los sucesos

Ejemplos:

¿Qué razones considera como claves para elegir...?

¿Por qué?

Sobre aspiraciones o expectativas: Identifica anhelos, pretensiones...

Ejemplos:

¿Qué espera de ...?

¿Qué cambiaría de su canal favorito?

Sobre identificadores: Precisa sobre datos del participante

Ejemplos:

¿Cuál es su ocupación?

¿Es usted casado?

Según su función en el cuestionario.

Sustantivas: Aquellos interrogantes que surgen del estudio de las variables sociales que son objetivo del proyecto.

Ejemplos:

¿Cuál de los siguientes candidatos...?

¿Con qué frecuencia usted compra...?

Filtro: Cuestiones que cumplen la tarea de seleccionar cursos de acción

Ejemplos:

¿Cuenta usted con cédula de ciudadanía?

¿Es miembro del club?

Control: Pesquisas dirigidas a asegurar la veracidad de las respuestas

Ejemplos:

¿Cuál es el número de su cédula?

¿Puedo ver su...?

Coherencia: Averiguaciones que pretenden vigilar la congruencia o consistencia de las respuestas

Ejemplos:

¿Recuerda el candidato por quien Usted votó en las pasadas elecciones a...?

Introducción: Dudas cuyo objetivo es crear un contexto propicio para la administración del cuestionario

Ejemplo: *¿Es usted mayor de edad?*

Amortiguadoras o de aflojamiento: Interrogantes que preparan al sujeto a la aparición de secciones <<sensibles>> en la encuesta

Ejemplo: *¿Cuáles partidos políticos conoce...? ... ¿Es usted liberal?*

Baterías de preguntas: Conjunto de demandas que giran, desde distintas dimensiones, sobre el mismo evento o persona.

Ejemplo: *Usted considera que el candidato ... es:*

Joven Viejo

Tradicional Innovador...

Pregunta abierta:

Algunos tipos de Pregunta abierta de uso frecuente:

Recuerdo libre: interrogante que procura evaluar la cantidad y calidad de la información que posee el entrevistado sobre el tema.

Ejemplo: *¿Sabe quiénes son candidatos a la ...?*

Profundización: formulación cuyo propósito es ampliar la información obtenida sobre el asunto.

Ejemplo: *¿Qué otras cosas le gustó del candidato a ...?*

Clarificación: enunciado donde se pretende resolver inquietudes acerca de las afirmaciones realizadas por el entrevistado.

Ejemplo: *¿Qué aspecto no le gustó del discurso del ...?*

Explicación: pregunta dirigida a identificar los motivos –antecedentes o consecuentes- que sustentan los juicios emitidos por el sujeto.

Ejemplo: *¿Por qué razón le gusto más el candidato...?*

Características de la pregunta abierta (Peterson, 2000).

- Libertad de respuesta
- Efecto de expresión –los sujetos difieren en su capacidad de enunciación tanto en cantidad como en calidad-
- Efecto espacio-tiempo –el espacio o tiempo demarcado para la respuesta incide en la extensión y calidad de las respuestas-

Ventajas y desventajas de las preguntas abiertas:

Ventajas:

- Permite conocer las dimensiones y valores que las personas utilizan cuando se refieren al evento o persona.
- Crea un ambiente de <<libre expresión>> y de <<singular importancia>> para las consideraciones que formula el encuestado.
- Exige un mínimo de instrucciones a seguir por parte del sujeto que responde.
- Su formulación en estudios pilotos permite sondear las consideraciones de los investigados y, por consiguiente, resultan fundamentales a la hora de diseñar un instrumento más estructurado.

Desventajas:

- Los datos se hacen <<costosos>> de procesar
- Exige una buena capacidad por parte de quien toma nota de las respuestas
- La información depende en buena parte del contexto durante el cual se administra el cuestionario y las personas involucradas en la misma.
- La calidad de las respuestas depende del nivel de involucramiento del encuestado.
- Implica un riesgo en el proceso de calificación tanto en la etapa de análisis de contenido como en el de categorización –p.e. acuerdo entre registradores-

Pregunta cerrada:

a. Preguntas cerradas: principales variaciones de carácter excluyente.

Variación 1: Una respuesta frente a dos alternativas de respuesta –dicotómica-.

Es usted mayor de edad?

Sí

No

Variación 2: Una respuesta frente a varias alternativas de respuesta.

Cuál es su estado civil:

Soltero.

Casado.

Viudo.

Separado...

Variación 3: una respuesta para cada una de n alternativas de elección forzada (Pourtois & Desmet, 1992)

De la siguiente lista de pares, escoge el adjetivo que mejor te describe:

Cooperativo _____ Dinámico _____

Decidido _____ Eficaz _____

Conciliador _____ Cooperativo _____...

Las preguntas categóricas de carácter excluyente pueden indagar sobre diferentes aspectos como:

Frecuencia:

1 o 2 veces al día / 3 o 4 veces ...

Auto clasificatoria:

Ud. ...o Conservador oes: Liberal

Atribución de causas:

b. Ejército ¿Cuál cree es la causa del problema?: a. Gobierno ...o

Estimación:

¿Podría valorar de 1 a 10 su preocupación por:

La paz 1 – 2 – 3 - ... 9 - 10

b. Preguntas cerradas: principales variaciones de carácter excluyente.

Variación 4: *n* respuestas por *n* alternativas ó preguntas categóricas de carácter **no excluyente** –algunos autores (Peterson, 2000) considera éste tipo de pregunta como dicotómica-
En estas elecciones, usted votará por...:

- () *La presidencia*
- () *El senado*
- () *La cámara*
- () *El concejo*
- () *La junta de administración local -JAL-*

Las preguntas cerradas de *n* respuestas por *n* alternativas pueden ser de tipo:

Abanico simple:

¿Cuáles noticieros de televisión observó la semana pasada?

Caracol o

RCN o

Hora Cero ...o

Abanico con categorías de respuesta:

¿En cuáles de los siguientes elecciones ha participado con su voto?

Elección por:	Voté	No voté
Presidente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alcalde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gobernador...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Variación 5: *n* respuestas ordinales por *n* alternativas.

De las siguientes elecciones, indique cuál es la más importante?, cuál le sigue y así, sucesivamente, hasta llegar a la menos importante.

- () *La presidencia*
- () *El senado*
- () *La cámara*
- () *El concejo*
- () *La junta de administración local -JAL-*

Ventajas y desventajas de las preguntas cerradas:

Ventajas:

- Muchos eventos o personas pueden ser fácilmente categorizados -por dimensiones y valores-
- Logran hacer confluir a varios sujetos alrededor de un conjunto de dimensiones y valores.
- No exigen mayores costos de respuesta y de recogida y tratamiento de datos
- Pueden suavizar los esfuerzos cognoscitivos, afectivos y comportamentales del encuestado.

Desventajas:

- Exige considerar la posibilidad de la no respuesta, el no saber, el no considerar pertinentes los valores alternativos, etc.
- Formulaciones como <<otro(a) y ¿cuál?>> no libera de los costos inducidos por las preguntas abiertas.
- El mismo bajo costo de respuesta puede conducir a un bajo involucramiento de quien responde.
- El efecto balota –al usted incluir alternativas, induce a respuestas en dichas posibilidades que, en otros formatos serían bastante improbables-.
- El efecto de posición –el lugar de la alternativa de respuesta, frente a las otras posibilidades, incide en la probabilidad de escogencia-.

Tipos de encuestas según su aplicación:

Existen varios tipos de encuestas según el procedimiento por el cual van a ser llevadas a cabo:

Encuestas de papel y lápiz administradas.

Aplicación individual

Aplicación colectiva.

Encuestas por correo –auto administradas-.

Encuestas telefónicas.

Encuestas por internet (páginas web, correo electrónico, chat...)

Ventajas y desventajas de la investigación con encuestas.

De acuerdo con Wimmer & Dominick (2001), la investigación con encuestas posee varias ventajas:

Frente a otras estrategias de investigación, la investigación con encuestas permite estudiar las variables en <<ambientes cotidianos>>.

Del mismo modo, sus costos pueden ser inferiores a los implicados en otras estrategias.

Es una técnica que facilita la obtención de información –a un costo aceptable- cuando se trata de poblaciones numerosas, diversificadas, etc.

Las encuestas son instrumentos de investigación que se pueden apoyar en información y procedimientos ya existentes –como por ejemplo, bases de datos existentes, censos, etc.-.

En cuanto sus desventajas (Wimmer & Dominick, 2001):

Las encuestas no permiten una manipulación de variables que pueden ser de interés para el investigador.

Ventajas y desventajas de las encuestas según el tipo de administración.

Ventajas y desventajas de las encuestas telefónicas.

Ventajas:

Desventajas:

El riesgo de estar indagando a partir de una persona que no es la apropiada según los criterios de la muestra –una persona pasando por otra que si cumple con los criterios de selección-.

Ventajas y desventajas de las encuestas por correo.

Ventajas:

Desventajas:

El riesgo de estar indagando a partir de una persona que no es la apropiada según los criterios de la muestra –una persona pasando por otra que si cumple con los criterios de selección-.

En caso de duda y con un bajo involucramiento, el encuestado no tiene oportunidad de aclaraciones.

Ventajas y desventajas de las encuestas por internet.

Ventajas:

Desventajas:

El riesgo de estar indagando a partir de una persona que no es la apropiada según los criterios de la muestra –una persona pasando por otra que si cumple con los criterios de selección-.

En caso de duda y con un bajo involucramiento, el encuestado no tiene oportunidad de aclaraciones.

Evaluación de las preguntas.

Formato de evaluación de los reactivos:

#	Criterios para las preguntas	Evaluación
	Pregunta número: _____	
	Enunciado:	
	Alternativas de respuesta:	
1	Enunciada en lenguaje usual, sin regionalismos, tecnicismos,...	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
2	Relevante –responde a un objetivo del proyecto-	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
3	Extensión ¿escorta?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
4	Claridad ¿se entiende fácilmente?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
5	Sencilla, sin palabras con significado variable -p.e. joven-	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
6	Unidimensional ¿se pregunta sobre sólo un aspecto?.	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
7	Precisa -evita respuestas estereotipadas o no sinceras-.	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
8	Neutralidad ¿existe algún sesgo o tendencia en la pregunta?.	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
9	Afirmatividad ¿existe alguna sentencia en forma negativa?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
10	Bajo costo intelectual ¿exige un esfuerzo -memoria, cálculos-?.	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
11	Bajo costo afectivo (no provoca reacciones negativas) ¿molesta?.	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
12	Personal y directa ¿se identifica perfectamente el sujeto?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
13	Sin premisas ¿implica algún supuesto sobre el sujeto?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
14	No apremiante ¿obliga a acogerse una respuesta?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

#	Criterios para las alternativas de respuesta	Evaluación
1	Neutras ¿alguna respuesta es <<deseable socialmente>>?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
2	Exhaustivas ¿cubren todas las respuestas posibles?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
3	Excluyentes ¿permiten una perfecta ubicación?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
#	Criterios de acuerdo con su lugar en la encuesta	Evaluación
1	Orden apropiado con relación a su dificultad -lo fácil primero-.	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
2	¿Su lugar es apropiado con relación a su cercanía temática?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
3	¿Las preguntas previas afectan la respuesta?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>

Evaluación de la encuesta.

Formato de evaluación del cuestionario (Peterson, 2000):

#	Criterios para la evaluación del cuestionario	Evaluación
1	¿Es corto?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
2	¿Es fácil? –puede auto administrarse sin posibilidad al error-	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
3	¿Es atractivo?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
4	¿Cuenta con introducción, cierre y, si es el caso, transiciones?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
5	¿Cuenta con instrucciones?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
6	¿Empieza con interrogantes que facilitan la comunicación?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
7	¿Posee una estructura que parte de lo general a lo específico?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>
8	¿Las preguntas abiertas vienen primero que las cerradas?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>