

El diseño del Cuestionario



Aspectos generales

El cuestionario es un instrumento de investigación. Está constituido por un conjunto de preguntas orientadas a obtener información específica de lo que se investiga.

Es un método para reunir respuestas a preguntas simples.

Se debe identificar dos tipos de cuestionario uno para investigaciones cualitativas y otro para investigaciones cuantitativas.



Tipos de cuestionarios

La planificación de un cuestionario implica diseñar un conjunto de cuestiones que supongan concretar las ideas, creencias o supuestos del encuestador en relación con el problema estudiado.

En este sentido, toda planificación comienza a partir de la propia reflexión del encuestador sobre el problema o asunto que constituye el corazón de su estudio; el encuestador se formula preguntas acerca de ese problema y trata de contestarlas desde sus propias ideas, supuestos o hipótesis explicativas o desde modelos o esquemas teóricos que comparte.

Existen básicamente dos tipos de cuestionarios:

Cuestionarios que buscan una información descriptiva común

Cuestionarios que buscan una información de carácter cualitativo



Tipos de cuestionarios

Cuestionarios que buscan una información descriptiva común

Son cuestionarios donde las opciones de respuesta que se ofrecen a los encuestados representan las distinciones que el encuestador toma en cuenta al definir determinada variable o concepto presente en su estructura conceptual. Otra peculiaridad que debe observarse en este tipo de cuestionarios es que las opciones presentadas sean redactadas de manera que permitan responder a todos los sujetos, incluso a aquellos que no deseen dar ciertos datos o no conocen otros.

Esto puede hacerse utilizando algunos procedimientos concretos:

- a. **La opción abierta:** utilizada cuando el encuestador no tiene interés en distinguir entre diferentes encuestados o cuando cree que no habrá muchos encuestados.
- b. **La opción no sé:** con esta opción se pretende dejar claro para los sujetos que el no conocer esa información es una respuesta aceptable, y que el encuestador preferiría que indicaran sinceramente que no lo saben a que tratan de adivinarlo contestando al azar a una de las tres primeras opciones.
- c. **La opción prefiere no contestar:** se basa en el principio de ofrecer a todos los sujetos consultados una opción que refleje su opinión sobre la variable, el encuestador ha pensado que ciertos sujetos pueden ser reacios a revelar su edad. Para darles un medio de contestar, ha añadido una opción que les permite expresar esa posición.



Tipos de cuestionarios

Cuestionarios que buscan una información de carácter cualitativo

Siempre que el investigador busca una información más cualitativa, sus preguntas deben indicar tanto las opciones que se ofrecen al encuestado como la gama continua dentro de la que se buscará la respuesta.

Al expresar las opciones de las preguntas que buscan información cualitativa, el objetivo del encuestador es el mismo que al buscar información descriptiva: dar una opción de respuesta a todos los sujetos que se aproxime razonablemente, a la asociación que el sujeto consultado hará a la pregunta.

No hay ningún aspecto del cuestionario que sea más decisivo que el de la selección y preparación de los modelos de respuesta.

Un cuestionario puede contener uno o varios modelos posibles de respuesta o cualquier combinación.

Un cuestionario consiste básicamente en traducir los objetivos específicos de la investigación en preguntas bien redactadas. Por tanto es necesario que la fijación de los objetivos haya sido realizada de forma adecuada para garantizar su instrumentalización.



Tipos de preguntas

La preparación del cuestionario supone considerar aspectos como:

- a. el marco conceptual y experiencia de partida : supone elaborar un esquema o mapa de conceptos que clarifique la posición sobre el problema estudiado, especificando los conceptos utilizados para explicar el problema, así como las relaciones de yuxtaposición, jerarquía (subordinación, coordinación, subordinación) causación, que pueden establecerse entre esos conceptos.
- b. la forma : las preguntas suelen clasificarse en tres categorías:
 - b.1. preguntas abiertas: se formulan para obtener respuestas expresadas en el propio lenguaje de la persona encuestada y sin límite preciso en la contestación.
 - b.2. preguntas cerradas: se formulan para obtener respuestas confirmatorias o desestimativas ante una proposición.
 - b.3. preguntas de elección múltiple: son preguntas cerradas que, dentro de los extremos de una escala, posibilitan construir una serie de alternativas de respuestas internas.



Ejemplos de preguntas

Según la contestación que admitan del encuestado, pueden ser:

- **Preguntas Cerradas**: las que especifican de antemano las posibles respuestas alternativas

¿Cuál es su estado civil actual?

Soltero Casado Viudo Separado Divorciado

Por lo general, presentan categorías exhaustivas y mutuamente excluyentes, aunque dependiendo de la naturaleza de lo que se estudia, en ocasiones, el encuestado podrá seleccionar si es necesario más de una opción.



Ejemplos de preguntas

Según la contestación que admitan del encuestado, pueden ser:

- **Preguntas Abiertas**: no están preestablecidas, cada entrevistado contesta con sus propias palabras

¿cuál es su estado civil actual?

Soy divorciado y soltero

Aportan mucha información pero su codificación y procesamiento posterior puede suponer grandes dificultades.

También es frecuente combinar ambas opciones (abiertas y cerradas), presentado preguntas con un abanico de respuestas acompañadas de un ítem abierto cuando no se tiene la certeza de contemplar todas las opciones de respuesta.



Códigos, puntuaciones y escalas



Aspectos generales

La función de los códigos, puntuaciones y escalas es transformar las respuestas en variables que pueden ser analizadas estadísticamente.

Podemos encontrarnos con: **Escala Likert, Escala Guttman y Escala de categorías**

Escala Likert

De rangos sumativos: comprende varias frases que expresan una opinión, o el grado de acuerdo o desacuerdo sobre un tema.

Existen dos tipos básicos de esta pregunta: **unipolar y bipolar**. Las preguntas de escala unipolar se basan en la presencia o ausencia de una sola entidad, con este tipo de pregunta de escala Likert se obtienen resultados más precisos para las preguntas realizadas.

La escala bipolar se basa en la presencia de dos entidades diametralmente opuestas e intermedias en cuanto a opciones de respuesta. Es decir, mientras que la pregunta de escala unipolar de Likert tiene un “polo,” las opciones de respuesta bipolar tienen dos “polos”.



Ejemplos de preguntas con Escala Likert Unipolar

¿Qué tan satisfecho estás con tu experiencia en la tienda?

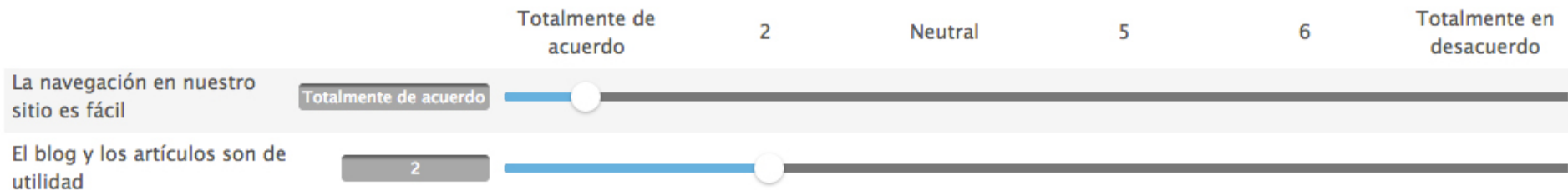
- Extremadamente satisfecho
- Muy satisfecho
- Moderadamente satisfecho
- Poco satisfecho
- No satisfecho

¿Qué tan difícil fue para ti implementar la nueva característica?

- Muy difícil
- Difícil
- Neutral
- Fácil
- Muy fácil



Ejemplos de preguntas con Escala Likert Bipolar



Ajustes Duplicar Lógica Avance ⋮

¿Cómo fue tu experiencia con la comida?

	Left Anchor			Right Anchor		
	Mucho	Poco	Neutral	Poco	Mucho	
Picante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Suave
Aburrida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Emocionante
Agradable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Desagradable

[Añadir fila](#) / [Añadir columna](#) / [Añadir Opción NA](#)

Respuesta obligatoria



Aspectos generales

La función de los códigos, puntuaciones y escalas es transformar las respuestas en variables que pueden ser analizadas estadísticamente.

Podemos encontrarnos con: **Escala Likert, Escala Guttman y Escala de categorías**

Escala Guttman

Consiste en una escala formada por proposiciones (tópicos) rigurosamente jerarquizadas, en las que la adhesión a una proposición de cierto nivel implica necesariamente la adhesión a las proposiciones de nivel inferior.

Es una técnica para medir actitudes basada en el hecho de que algunos ítems indican, en mayor medida la intensidad de la actitud.

Los sujetos responden a cada ítem que se presenta de manera afirmativa o negativa según estén de acuerdo con el contenido.



Ejemplos de investigación con Escala Guttman

EJEMPLO: ESCALA DE GUTTMAN

OBJETO DE ESTUDIO

“Actitud de los profesores universitarios ante el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC’s) en su práctica docente”.

ÍTEMES / AFIRMACIONES

- A. La incorporación de las TIC’s en la práctica docente permite la creación de entornos más flexibles para el aprendizaje.
- B. La incorporación de las TIC’s en la práctica docente incrementa las modalidades comunicativas.
- C. La incorporación de las TIC’s en la práctica docente permite la potenciación de los escenarios y entornos interactivos.
- D. La incorporación de las TIC’s en la práctica docente ofrece nuevas posibilidades para la orientación y la tutorización de los estudiantes



Ejemplos de investigación con Escala Guttman

EJEMPLO DE ESCALA DE GUTTMAN

Un ejemplo referido al “ESTADO FÍSICO” se puede mostrar con los ítems siguientes:

- (A) ¿Puede trotar cinco km.?
- (B) ¿Puede trotar un km.?
- (C) ¿Puede trotar una cuadra?
- (D) ¿Puede trotar un metro?
- (E) ¿Puede trotar un centímetro?

Cada uno corresponde a un nivel, a un grado diferente de resistencia física. El ítem C es de menor intensidad que el B, y ambos de menor intensidad que el A.



Ejemplos de investigación con Escala Guttman

EJEMPLO: ESCALA DE GUTTMAN

NIVEL DE MEDICIÓN (CATEGORÍAS DE LOS ÍTEMS)

DA= De acuerdo

ED= En desacuerdo

CATEGORÍA	CODIFICACIÓN (VALOR ASIGNADO)
DA= De acuerdo	1
ED= En desacuerdo	0



Aspectos generales

La función de los códigos, puntuaciones y escalas es transformar las respuestas en variables que pueden ser analizadas estadísticamente.

Podemos encontrarnos con: **Escala Likert, Escala Guttman y Escala de categorías**

Escala de categorías

La característica básica de esta técnica es la presentación a los encuestados de una escala en forma lineal con los límites claramente definidos (por ejemplo, entre 0 y 1 o entre 0 y 100). Si la línea está dividida en milímetros se denomina “termómetro”, si sólo tiene los límites inicial y final se denomina “escala visual analógica” (por ejemplo: la escala utilizada para el medir el dolor)



Ejemplos de investigación con Escala de Categorías

Escala de calificación numérica

Instrucciones: Escoja un número del 0 al 10 que indique la intensidad del dolor que siente en este momento

Ningún dolor = 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 = el peor dolor imaginable

Escala analógica visual

Instrucciones: En la línea siguiente, ponga una marca que indique la intensidad del dolor que siente en este momento

Ningún dolor / _____ / El peor dolor imaginable

Escala de categorías

Instrucciones: Encierre en un círculo la palabra que mejor describe el dolor que siente en este momento

Leve Incómodo Perturbador Horrible Insufrible

Escala de alivio del dolor

Instrucciones: Marque en la línea de abajo el grado en que su dolor se ha aliviado en comparación con el que sentía ayer
[para la comparación puede usarse otra flecha]

Ningún alivio 0% / _____ / Alivio completo 100%



La entrevista



Aspectos generales

La entrevista es una técnica la que una persona (entrevistador) solicita información de otra (o de un grupo de entrevistados o informantes), para obtener datos sobre un problema determinado. Es necesario la existencia al menos de dos personas y la posibilidad de interacción verbal.

Entrevista en profundidad

En la entrevista en profundidad el entrevistador desea obtener información sobre determinado problema y a partir de él establece una lista de temas, en relación con los que se focaliza la entrevista, quedando ésta a la libre discreción del entrevistador, quien podrá **sondear** razones y motivos, ayudar a establecer determinado factor, etc., pero sin sujetarse a una estructura formalizada de antemano.

Es posible concebir la entrevista en profundidad como “una serie de conversaciones libres” en las que el investigador poco a poco va introduciendo nuevos elementos que ayudan al informante a comportarse con tal.



Aspectos generales

Existen diferentes clasificaciones sobre el contenido de las preguntas de una **entrevista**, por ejemplo:

Las preguntas demográficas/biográficas: se formulan para conocer las características de las personas que son entrevistadas.

Las preguntas sensoriales: son cuestiones relativas a lo que se ve, escucha, toca, prueba o huele.

Las preguntas sobre experiencia/conducta: se formulan para conocer lo que hace o ha hecho una persona.

Las preguntas sobre sentimientos: están dirigidas a recoger las respuestas emotivas de las personas hacia sus experiencias.

Las preguntas de conocimiento: se formulan para averiguar la información que el entrevistado tiene sobre los hechos o ideas que estudiamos.

Las preguntas de opinión/valor: se plantean al entrevistado para conocer el modo en que valora determinadas situaciones.



Grupos Focales



Aspectos generales

Un grupo focal es una técnica de investigación de marketing cualitativo realizada para probar productos, servicios, ideas, embalajes, fijación de precios, publicidad, concepto, o cualquier otra actividad de marketing que una compañía pueda estar dispuesta a realizar.



Aspectos generales

Existen varios tipos de grupos focal que se suelen conducir:

- **Díada:** Grupo focal con dos entrevistados
- **Tríada:** Grupo focal con tres entrevistados
- **Grupo focal Mini:** Grupo focal con aproximadamente 4-5 entrevistados
- **Grupo focal Estándar:** Grupo focal con 8 entrevistados
- **Gang Test o Encuesta:** Grupo focal o test con más de 12 entrevistados



Tipos de Preguntas

Qué tipo de preguntas se deben incluir al diseñar la guía del Grupo Focal?

Preguntas de apertura

Estarán orientadas a que las personas hablen y se sientan cómodas.

Hay que enfatizar que con mucha probabilidad esta pregunta de apertura será la que **establezca la dinámica** del grupo y eventualmente la calidad de la información recopilada.



Tipos de Preguntas

Preguntas introductorias

Tienen como objetivo introducir el tema de discusión a la vez que instan a las personas a pensar en la conexión con el tema de interés

Preguntas de transición

Mueven la conversación hacia las preguntas clave del estudio.

La fortaleza de este tipo de pregunta es hacer la conexión entre el participante y el tema que se estudia

Preguntas claves

Su propósito es guiar el estudio.

Típicamente dentro de esta categoría se formulan entre dos y cinco preguntas

Preguntas finales

Estas cierran la discusión y permiten a los participantes reflexionar sobre sus comentarios previos



Ejemplos de preguntas

- Un ejemplo práctico es el ejemplo del estudio llevado a cabo por Trident en El Salvador para conocer la percepción de los consumidores hacia los chicles Trident Kids.
- Puedes ver el ejemplo haciendo click en el vínculo

[Ejemplo de creación de guía Grupo Focal](#)



FIN

