



Apuntes generales sobre el diseño de cuestionarios

Encuentro entre metodología y conocimiento cotidiano

Por:

**Annette De León Lozada, Coordinadora
Unidad de Estudios Institucionales**

agosto 2008

Investigación:

Procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar los hechos o fenómenos, relaciones o leyes de un determinado ámbito de la realidad (Ander-Egg, 1980)

Investigación

cuantitativa



Basada en la tesis de que la realidad es susceptible de ser medida, se centra en el estudio de los aspectos observables y medibles de los fenómenos sociales. Utiliza la metodología empírico–analítica y se apoya en las pruebas estadísticas para el análisis de los datos (Fonseca, 2003)

Fundamento de los apuntes

Base teórico-metodológica

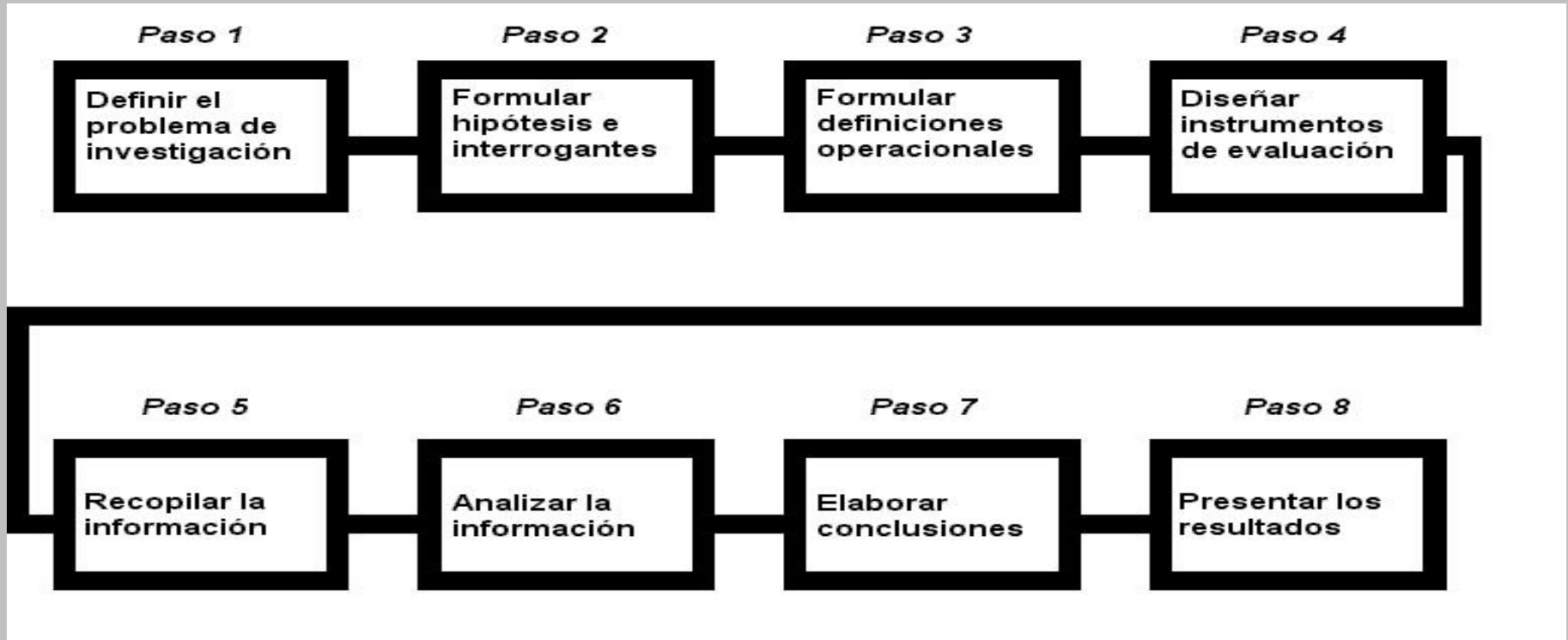
Información, modelos, esquemas y guías producto del estudio que formulan conocimiento e interpretación de las principales características económicas, históricas, sociológicas y de pensamiento filosófico que sirven, entre otras cosas, como marco para sustentar investigaciones

Conocimiento cotidiano

Fruto de la relación con el ambiente diario y la exposición directa con el individuo, el colectivo, la vida institucional en los pasillos, los espacios y escenarios informales. Se adquiere en la exposición sin aplicación de método alguno, ni propósito de estudio



PATRÓN LINEAL DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA





CARACTERÍSTICAS DE LA METODOLOGÍA CUANTITATIVA

Característica	Definición
Naturaleza de la realidad	Es algo externo al investigador, única y tangible, que puede fragmentarse en variables.
Finalidad de la investigación	Conocer y explicar la realidad para predecirla y controlarla. Formular leyes y explicaciones generales que rigen los fenómenos naturales.
Relación investigador – objeto investigado	Es un ser objetivo, apolítico, libre de valores, que trabaja distanciado del objeto de estudio.
Problemas que investiga	Los problemas, en su mayoría, surgen de las teorías y postulados. Se centra en el contraste de teorías.
Papel de los valores	Considera que la metodología está libre de valores. El método es garantía de neutralidad.
Teoría y práctica	Separación entre la teoría y la práctica. La teoría es la regente de la práctica.
Criterios de calidad	Se sustenta sobre los criterios de validez, confiabilidad y objetividad.
Instrumentos	Se basa en instrumentos que implican la medición: pruebas, cuestionarios, escalas, entrevistas estructuradas, etc.
Análisis de los datos	Es de carácter deductivo y estadístico. Aporta análisis cuantitativos.

Nota: Elaboración de Fonseca Ruiz (2003), sustentada en los planteamientos de Latorre, Del Rincón y Arnal (1996).

Cuestionario

Técnica estructurada para recopilar datos mediante una serie de preguntas que deben contestar personas interrogadas. Se asocia con el enfoque de investigación cuantitativa, ya que se construye para contrastar puntos de vista, su análisis se apoya en el uso de estadísticos, y se basa en el punto de vista del investigador



VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL CUESTIONARIO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none">• Costo reducido, por no haber desplazamiento• Rapidez relativa en su administración• Permite llegar a sitios inaccesibles• Es fácil de realizar• Resulta fácil de valorar, pues asigna número a cada respuesta• Compara directamente grupos e individuos	<ul style="list-style-type: none">• Bajo porcentaje de respuestas• Puede resultar en escasa representatividad de las respuestas recibidas• Las respuestas no son exclusivamente personales• No permite profundizar en un tema



FASES DE LA METODOLOGÍA DE ENCUESTA

DEFINICIÓN DEL ESTUDIO

Se concretan los fines, objetivos y se plantean las hipótesis de la investigación.



SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES



DISEÑO DEL CUESTIONARIO

Elección del tipo de cuestionario

Diseño de preguntas

Organización y redacción del cuestionario

Selección de la muestra



VALIDACIÓN Y PRUEBA DEL CUESTIONARIO



TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Revisión del cuestionario, codificación y preparación de la base de datos, interpretación de los datos, conocimiento de la evolución del estudio y presentación del informe final.



TIPOS DE CUESTIONARIOS

- **Cuestionario personal (cara a cara)**
- **Por teléfono**
- **Por correo**
- **Apoyado por medios computadorizados**



DETERMINAR ORDEN Y CONTENIDO DE LAS PREGUNTAS

- **Uso del bosquejo**
- **Unión de:**
 - **Capacidad de análisis de la literatura**
 - **Habilidad de aplicar el conocimiento adquirido por la experiencia**
 - **Empatía con respecto al potencial encuestado**

Apuntes generales

Usar una exposición sencilla y clara. Evite utilizar palabras confusas, difíciles o con más de un significado.

Sea preciso. Evite la repetición de preguntas similares, atendiendo las mismas variables. A veces se recurre a esta práctica para corroborar o validar respuestas.

Elimine preguntas complicadas cuyas respuestas requieran de un cálculo o proceso de reflexión complejos.

Sea específico cuando la pregunta requiere un referente en tiempo o lugar. Por ejemplo, al preguntar sobre experiencias escolares es deseable establecer que considere su último año de estudio o en un curso en particular.

Otros apuntes

No incluya preguntas que pueden ofender, humillar o inducir al encuestado a no contestarla o a presentar respuestas que no se ajustan a la realidad.

Las preguntas de un cuestionario pueden formularse de distintas formas: cerradas o dicotómicas (dos opciones o alternativas de respuesta, ejemplo: Sí o No); de selección múltiple, abiertas o libres, o las preguntas que se denominan filtro, por ser útiles para analizar si existe o no contradicción en las respuestas del entrevistado.

El cuestionario de **una página o dos de extensión** puede obtener tasas de respuesta más altas.

Más apuntes

Las preguntas deben ser neutrales. No deben hacerse preguntas que contengan potencialmente las respuestas. No deben incorporar juicios u opiniones.

Las preguntas que admiten varias respuestas deben ser definidas cuidadosamente.

El número de alternativas que se presentan para contestar a una pregunta no deben exceder de cinco para mantenerlo sencillo.

Provea una **alternativa o espacio en las preguntas para que puedan indicar que no aplica para algunos encuestados o por si éste entiende que no cuenta con los criterios** necesarios para contestar.

Ejercicio de escrutinio de las preguntas

Consiste de una serie de aspectos determinados por el grupo o individuo gestor de la investigación, tomando en consideración los propósitos del estudio, los usuarios potenciales de los resultados y las personas que fungirán como encuestados.

Tres aspectos requeridos:

- **Relevancia de las preguntas**
- **Coherencia entre ellas**
- **Formato general del cuestionario**

Relevancia de las preguntas

1. ¿Por qué esta pregunta es relevante?
2. ¿Está disponible la información que se solicita en la pregunta en otros medios accesibles (sistemas computadorizados, censos, tablas en agencias o departamentos, oficinas centrales de empleo y otros)? (Se busca incluir preguntas sobre temas de los que no se tiene ninguna información o se duda de la calidad del dato existente)
3. ¿Qué información importante aporta?
4. ¿Cuáles son las palabras claves de esta pregunta?
5. ¿Qué conclusiones se pudieran obtener de las respuestas obtenidas?

Coherencia entre una pregunta y otra

Vinculación ordenada de las preguntas de forma que le facilita al encuestado entender mejor el cuestionario y dedicarle un esfuerzo mínimo o razonable para contestar el mismo.

El orden más bien está determinado por la audiencia (participantes), el tiempo con el que cuenta o su nivel de motivación para contestar el cuestionario y la cantidad de preguntas presentadas, entre otros aspectos.

Al igual que en el proceso de redacción, se trata de establecer un hilo conductor claro que hilvane una idea con la otra, o más bien que permita organizar todo lo que se desea auscultar a lo largo del cuestionario.

Formato del cuestionario

Este elemento se enmarca en el contexto de las presiones de tiempo a las que se exponen los individuos hoy día y a los adelantos tecnológicos.

Es importante mantener el cuestionario en una extensión, número de hojas, que unido a características técnicas y de presentación interesen al encuestado y lo estimulen a contestarlo.



Apunte final

El cuestionario es una **herramienta de trabajo útil** para la recopilación de datos.

Existe una base teórica que apoya su uso y la experiencia práctica que se nutre del conocimiento cotidiano confirma su utilidad.

Su diseño no es una tarea improvisada; está sustentada en un proceso riguroso de planificación, para asegurar que se cumplan con los principios de claridad, precisión, coherencia y orden.

La clave para adelantar con mayor éxito una investigación que incluye el diseño de un cuestionario está en el trazado de un plan ordenado para mantener todo el **proceso enfocado en los objetivos y en los sujetos que participarán de la misma.**

GRACIAS
por su atención

