Logo de la empresa

MiZapas

Encuesta

Versión 1.0

Revisión historica

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Fecha** | **Versión** | **Descripción** | **Autor** |
| 08-04-2017 | 1.0 | Estructura del documento | Megan Ibagué |
| 16-04-2017 | 1.0 | Desarrollo de plantilla | Camilo Bonilla |

Tabla de contenido

1. Definición de encuesta.
2. Propósitos de la encuesta.
3. Formulación de la encuesta.
4. Pruebas preliminares.
5. Tipos de preguntas.
6. Según la contestación que admitan.
7. Según su función en el cuestionario.
8. Según su contenido.
9. Reglas para la formulación de preguntas.
10. Recomendaciones o Deformaciones al crear un cuestionario.
11. Fases de la encuesta.
12. Referencias.

Descripción del sistema

A continuación, se enumeran y explican los ítems correspondientes al documento de Paperwhite de una entrevista.

1. **Definición de una encuesta**

La encuesta es una técnica cuantitativa de investigación sociológica para la obtención de datos, que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de una población que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población o grupo que se pretende estudiar.

***Ventajas***

• Técnica que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.

• Permite obtener información sobre hechos presentes y pasados de los encuestados, así como prever comportamientos futuros.

• Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

***Desventajas***

• No permite analizar con profundidad temas complejos.

1. **Propósitos de la encuesta.**

Para elaborar y desarrollar una encuesta hay unos puntos mínimos que se deben revisar para que la información que se obtenga de éstos sea válida y fiable. Inicialmente la encuesta debe cumplir con dos propósitos:

• El primero es traducir los objetivos de lo que se va a averiguar en preguntas específicas. Cada pregunta debe transmitir al encuestado o al grupo al que se encuesta la idea que recoge el objetivo, es decir lo que se pretende conocer; para cada pregunta deberá recogerse una respuesta susceptible de análisis, de manera que los resultados satisfagan los objetivos de la encuesta. Las preguntas deberán formularse de manera que la respuesta refleje exactamente la posición del encuestado o del colectivo a la que va dirigido.

• El segundo es ayudar al entrevistador a provocar motivaciones en el encuestado, para que transmita la información requerida. Debe ayudar a crear las circunstancias para que el encuestado se comunique plena y libremente.

1. **Formulación de la encuesta.**

Para la formulación de una encuesta se siguen ciertas normas que ayudan a que la información recogida sea significativa.

1. La elección del lenguaje, es decir, que el vocabulario y la sintaxis puedan transmitir las ideas, entre el entrevistador y su interlocutor.
2. El lenguaje de la encuesta, debe parecerse mucho al del encuestado. Por ello es crucial tener claro el grupo al que va dirigida la encuesta. Se pueden crear preguntas con términos que las personas no entiendan y es muy probable que por vergüenza no pregunten y escojan cualquier respuesta. Esto alterará los resultados y la información que se obtenga no será válida y llevará a que se trabaje con base en necesidades que la población no tiene.

3. Es importante que la encuesta se empleen los términos que contengan los puntos que los encuestados deban aportar sobre el tema en cuestión. Al respecto, es esencial situarse en la misma situación en el que se encuentra el encuestado; ponerse en la perspectiva del sujeto para diseñar las preguntas en función de éste.

4. Toda pregunta debe estar redactada de modo equivalente al nivel actual de información del entrevistado y de manera que tenga sentido. La importancia de formular preguntas apropiadas al nivel de información que posee el entrevistado y que no lo apenen, no necesariamente nos llevan a hacer preguntas que todos puedan contestar. La carencia de respuestas, también es susceptible de análisis.

5. Es preciso evitar hacer preguntas al encuestado que le hagan enfrentarse a la necesidad de dar una respuesta socialmente inadmisible. Si esperamos que el encuestado conteste en forma libre y espontánea, necesitamos ayudarlo a sentir que toda la escala de respuestas posibles es admisible.

6. Para la formulación de una buena encuesta, es necesario ofrecer un conjunto de respuestas que satisfagan las normas del encuestado acerca de lo que es socialmente correcto.

7. Preguntas que no insinúen las respuestas. Una manera clara de insinuar una respuesta positiva o negativa es usar palabras emotivamente "recargadas", sea favorable o desfavorablemente.

8. Las preguntas deben limitarse a una sola idea o a un solo concepto.

9. El orden consecutivo de las preguntas nos permite que éstas sean más lógicas para la persona encuestada.

10. El encadenamiento de las preguntas puede también determinarse por lo que se denomina el "efecto embudo".

Esto es, hacer primero la pregunta más general o menos restringida y posteriormente las preguntas más específicas, de lo general a lo particular. En ello hay que considerar que las primeras preguntas provocan las motivaciones iniciales para que el encuestado participe más a fondo.

11. El tiempo para responder las encuestas no deberá tomar más de 30 minutos, preferiblemente aún menos tiempo.

1. **Pruebas preliminares.**

Es recomendable antes de aplicar la encuesta hacer unas pruebas preliminares que permitan tener una experiencia y encontrar y corregir errores; las personas que nos ayuden no deben haber participado en la construcción del cuestionario y deben tener características similares a la población objetivo. Se necesita un ensayo general para ver su efectividad en la práctica; un estudio en miniatura que permita saber si las respuestas satisfacen los objetivos del estudio.

1. **Tipos de preguntas**

A continuación, se expondrán los tipos de preguntas en forma de tabla.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Tipos de preguntas. | | |
| Según la contestación | Abierta |  |
| Cerrada | Respuesta espontánea  Respuesta sugerida  Valoración |
| Según la función | Filtro  Batería  Control  Amortiguadora | NA |
| Según el contenido | Identificación  Acción  Intención  Opinión  Información  Motivos | NA |

**Tabla 1:** Tipos de preguntas.

1. **Según la contestación que admitan.**

Se clasifican en:

**Abiertas** son aquellas que sólo formulan la pregunta, sin establecer categorías de respuesta, el encuestado responde lo que cree adecuado y se extiende todo lo que desee. Se deben utilizar muy poco en las encuestas porque después de la encuesta hay que cerrarlas y luego estandarizarlas.

**Cerradas** son aquellas en las que el entrevistado sólo tiene que elegir la respuesta que más se acerque a su opinión. Pueden ser dicotómicas establecen sólo 2 alternativas de respuesta, "Si o No" y a veces Ns/Nc. Se deben utilizar sólo para temas muy bien definidos que admiten estas dos alternativas como respuesta.

**Cerradas Categorizadas** estas además de la pregunta, establecen las categorías de respuesta a su vez se subdividen en:

* 1. De respuesta espontánea, el encuestador no debe leerle la respuesta al encuestado.
  2. De respuesta sugerida, el entrevistador lee las preguntas al encuestado.
  3. De valoración, el entrevistador lee una escala de intensidad creciente o decreciente de categorías de respuesta.

1. **Según su función en el cuestionario.**

Se clasifican en:

**Filtro**: se utilizan mucho en los cuestionarios para eliminar aquellas personas que no les afecten determinadas preguntas, es decir que marcan la realización o no de preguntas posteriores.

**Batería**: todas las preguntas tratan sobre un mismo tema y que siempre deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería, empezando por las más sencillas y luego las más complejas. Esto se denomina "embudo de preguntas".

**De control**: se utilizan para comprobar la veracidad de las respuestas de los encuestados y normalmente lo que se hace en estos casos es colocar la misma pregunta, pero redactada de forma distinta en lugares separados una de la otra.

**Amortiguadoras**: se refieren a que cuando estamos preguntando temas escabrosos o pensamos que serán reticentes a contestar, hay que preguntar suavizando la pregunta y no preguntar de modo brusco y directo.

1. **Según su contenido.**

Se clasifican en:

**Identificación**: sitúan las condiciones en la estructura social. Ej. Edad, sexo, profesión.

**Acción**: tratan sobre las acciones de los entrevistados. Ej. ¿Va al cine? ¿fuma?

**Intención**: indagan sobre la intención de los encuestados. Ej. ¿Va a votar?

**Opinión**: tratan sobre la opinión encuestados sobre determinados temas. Ej. ¿Qué piensa sobre...?

**Información**: analizan el grado de conocimiento de los encuestados sobre determinados temas.

**Motivos**: tratan de saber el porqué de determinadas opiniones o actos.

1. **Reglas para la formulación de preguntas.**

En resumen, veremos las reglas para formular preguntas, teniendo en cuenta las normas y el tipo de pregunta.

* 1. No deben ser excesivamente largas, porque en cuestionarios largos (más de 100 preguntas) disminuye el % de respuestas.
  2. Tiene que ser sencillas y redactadas de tal forma que puedan comprenderse con facilidad.
  3. No deben incorporar términos morales (juicios de valor).
  4. Nunca sugerir la respuesta, incitando a contestar más en un sentido que en otro.
  5. Todas deben referirse a una sola idea.
  6. Todas las que estén dentro de un mismo tema deben ir juntas en el cuestionario en forma de batería.
  7. No juntar preguntas cuya contestación a una de ellas influya sobre la contestación de otra, denominado efecto "halo".

1. **Recomendaciones o Deformaciones al crear un cuestionario.**

Cuando realizamos una encuesta es bueno tener en cuenta ciertas recomendaciones o deformaciones como las siguientes:

* 1. Deformación conservadora, las personas tienen más tendencia a contestar "sí" que a contestar "no". Una pregunta recibe más porcentaje de adhesiones cuando está formulada para contestar "si" que cuando está formulada para contestar "no".
  2. Influjo predisponente, de ciertas palabras hay ciertas palabras con una gran carga ideológica.
  3. Evitar referencias a ciertas personalidades relevantes para el colectivo.

1. **Fases de la encuesta.**

Las fases que utilizamos a la hora de elaborar una encuesta las podemos resumir en:

* 1. Formular objetivos e hipótesis.
  2. Establecer las variables intermedias (dimensiones que queramos analizar)
  3. Operacionalizar las variables intermedias, dando lugar a las preguntas que sirvan como indicadores.
  4. Completar el listado de preguntas y respuestas.
  5. Recogida de datos y tabulación.
  6. Valoración y análisis de resultados.

1. **Referencias.**
   1. [1] F. i. r. Filosòfics, «Web de filosofia i recursos filosòfics,» Septiembre 2012. [En línea]. Available: http://blocs.xtec.cat/filocostaillobera/files/2012/09/encuestas.pdf.