



Fichas para investigadores

¿Cómo se elabora un cuestionario?

Autora:

Fernández Núñez, Lissette. Institut de Ciències de l'Educació. Universitat de Barcelona.

Utilidad del cuestionario

Pasar un cuestionario no es en sí mismo una investigación. El cuestionario solamente es un instrumento, una herramienta para recolectar datos con la finalidad de utilizarlos en una investigación. Primero debemos tener claro qué tipo de investigación queremos realizar, para entonces poder determinar si nos puede resultar útil aplicar un cuestionario (Martínez, 2002).

Un cuestionario nos puede ayudar a obtener la información necesaria si nuestra investigación tiene como objetivo conocer la magnitud de un fenómeno social, su relación con otro fenómeno o cómo o por qué ocurre, especialmente en el caso de que sea necesario conocer la opinión de una gran cantidad de personas (Martínez, 2002).

Como ejemplos de problemas que pueden necesitar el uso de un cuestionario, es posible señalar los siguientes (Martínez, 2002):

- ¿Cuánta gente piensa que Internet es útil para aprender? En este caso interesa conocer una *magnitud*.
- ¿Quién cree que Internet es más útil para aprender, los hombres o las mujeres?. Aquí interesa conocer la *relación* entre pensar que Internet es útil para aprender y ser hombre o mujer.
- ¿Cómo utiliza la gente Internet para comunicarse: a través del correo electrónico, los chats o los foros? El interés en este caso es saber *cómo se produce un fenómeno*.
- ¿Qué razones tiene la gente para no usar Internet? En este caso interesa saber *por qué* se produce otro fenómeno.

Se recomienda averiguar si existen otros estudios sobre el mismo tema que se desea investigar, no sólo para ampliar los conocimientos sobre el mismo, sino para saber qué instrumentos se han usado para recolectar la información y cómo se han utilizado (Martínez, 2002).

Fases en la elaboración de un cuestionario

Martínez (2002) señala cinco pasos básicos en la elaboración de un cuestionario:



1. Describir la información que se necesita

Es conveniente determinar con claridad: (a) qué tipo de información necesitamos y (b) de qué personas queremos su opinión. Esto debe permitir tomar decisiones sobre qué preguntas son necesarias y cuáles no, y sobre el estilo de redacción de las preguntas. Por ejemplo, no se puede utilizar el mismo lenguaje en un cuestionario dirigido a niños, que en uno dirigido a jóvenes, adultos o gente mayor (Martínez, 2002).

Se recomienda que una vez especificado el tema y la población de la que se quiere obtener información, se defina una finalidad (para qué se necesita esa información) y unas áreas de contenido más específicas (Martínez, 2002).

2. Redactar las preguntas y escoger el tipo de preguntas

2. 1. Incluir preguntas de tipo socio-demográfico: este tipo de preguntas permiten describir globalmente al grupo de personas que ha contestado el cuestionario, y posteriormente, hacer análisis diferenciados de las respuestas.

Este tipo de preguntas incluyen el sexo, la edad, el estado civil, ocupación, profesión, nivel de ingresos, nivel educativo, religión, ideología, puesto en una organización o la afiliación a un grupo, partido o institución. En algunas ocasiones, es mejor incluir este tipo de preguntas al final del cuestionario, sobre todo cuando los encuestados puedan sentir que se comprometen al responderlo (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

2. 2. Determinar el tipo de preguntas: Existen preguntas abiertas y preguntas cerradas, (Hernández *et al*, 2003; Martínez, 2002), el uso de cada una de ellas depende del tipo de investigación que se esté llevando a cabo, ya que cada cuestionario obedece a diferentes necesidades y problemas de investigación, lo que da lugar a que en cada caso el tipo de preguntas sea diferente (Hernández *et al*, 2003).

Las *preguntas abiertas* no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, dejan un espacio libre para que el encuestado escriba la respuesta. Esto permite respuestas más amplias y redactadas con las propias palabras del encuestado, pero el número de categorías de respuesta puede ser muy elevado; en teoría es infinito. Este tipo de preguntas suele ser más fáciles de construir, pero su análisis requiere mucho tiempo. Además, responder a este tipo de preguntas requiere de mayor tiempo y esfuerzo por parte del encuestado.

Las *preguntas cerradas* contienen categorías o alternativas de respuesta previamente delimitadas, es decir, se presentan a los participantes las posibilidades de respuesta y ellos deben circunscribirse a ellas. Pueden ser dicotómicas (dos alternativas de respuesta) o incluir varias alternativas de respuesta. Su elaboración requiere cierto tiempo, ya que hay que pensar cada pregunta y las posibles respuestas, pero posteriormente su análisis es relativamente rápido. Este tipo de preguntas requieren de un menor esfuerzo por parte de los encuestados, ya que éstos no tienen que escribir o verbalizar pensamientos, sino simplemente seleccionar la alternativa que describa mejor su respuesta. Además, responder a un cuestionario con preguntas cerradas toma menos tiempo que contestar a uno con preguntas abiertas. La principal desventaja de este tipo de preguntas es que limita las respuestas de los encuestados y, en ocasiones, ocurre que ninguna de las categorías describe con exactitud lo que las personas tienen en mente.



Los cuestionarios con preguntas abiertas suelen utilizarse cuando el investigador no tiene un conocimiento detallado del tema que está investigando, y por lo tanto, es difícil determinar a priori las posibles respuestas que podrían dar los encuestados. Este tipo de preguntas también se suelen utilizar cuando el investigador no quiere influir en las posibles respuestas o cuando se desea profundizar en una opinión o los motivos de un comportamiento. Los cuestionarios con muchas preguntas abiertas se aplican a un número reducido de personas para que su análisis no requiera demasiado tiempo, ya que la principal desventaja de este tipo de preguntas es que son difíciles de codificar, clasificar y preparar su análisis. La riqueza de los datos obtenidos obliga a un análisis detallado y minucioso para poder captar los matices de las respuestas.

Por su parte, los cuestionarios con preguntas cerradas se utilizan cuando es fácil saber las diferentes respuestas que pueden dar los encuestados y sólo es cuestión de saber por cuál de las opciones se decantan. Este tipo de cuestionario se puede aplicar a una gran cantidad de personas ya que el tiempo dedicado a su análisis no depende mucho del número de cuestionarios aplicados.

Algunas veces los cuestionarios incluyen solamente preguntas cerradas, otras veces sólo preguntas abiertas y, en ciertos casos, ambos tipos de preguntas (Hernández *et al*, 2003). Sin embargo, en los casos en que se utilizan ambos tipos de preguntas suele prevalecer uno de los dos tipos, por ejemplo, un cuestionario que sea principalmente abierto pero que contenga alguna pregunta cerrada, o viceversa (Martínez, 2002).

Como hemos visto, cada tipo de preguntas tiene sus ventajas y desventajas, la elección de uno u otro tipo depende del grado en que se puedan anticipar las posibles respuestas, el tiempo del que se dispone para codificar y si se quiere una respuesta más precisa o profundizar en alguna cuestión (Hernández *et al*, 2003).

2. 3. Redacción de las preguntas: (ver ejemplos en la página 6 de esta ficha)

Es recomendable tomar en cuenta las siguientes sugerencias con el fin de redactar las preguntas adecuadamente (Blaxter, Hughes y Tight, 2000; Hernández *et al*, 2003; León y Montero, 2003; Martínez, 2002), ya que se ha comprobado que pequeños cambios en la redacción de las preguntas pueden generar grandes diferencias en las respuestas (Martínez, 2002).

- Las preguntas deben ser claras, sencillas, comprensibles y concretas. Se deben evitar las preguntas ambiguas, imprecisas, confusas o que supongan un conocimiento especializado por parte del participante.
- No formular preguntas que presuponen una respuesta específica o que inducen al participante a responder de determinada manera, sino las que permiten todo tipo de respuesta.
- Colocar al inicio del cuestionario preguntas neutrales o fáciles de contestar para que el encuestado vaya adentrándose en la situación. No se recomienda comenzar con preguntas difíciles o muy directas.
- Al elaborar un cuestionario es indispensable determinar cuáles son las preguntas ideales para iniciarlo. Éstas deben lograr que el encuestado se concentre en el cuestionario.
- Las preguntas no deben apoyarse en instituciones, ideas respaldadas socialmente ni en evidencia comprobada. Es también una manera de inducir la respuesta.
- No redactar preguntas en términos negativos, da problemas en el momento de interpretar las respuestas.



- Cuidar el lenguaje, evitar la jerga especializada. Las preguntas deben redactarse pensando en las personas de la muestra con la menor capacidad de comprensión, si éstas las entienden, el resto de la muestra las entenderá también.
- Evitar las preguntas indiscretas y ofensivas. Las preguntas no deben incomodar al encuestado.
- Colocar las preguntas que son más delicadas de una manera y en un lugar que no afecten el porcentaje global de respuestas (por ejemplo, al final del cuestionario)
- Las preguntas deben referirse a un solo aspecto o relación lógica, no deben ser dobles (dos preguntas en una).
- Recuerde que las preguntas sobre acontecimientos o sentimientos del pasado lejano no siempre se responden con exactitud.
- Son más útiles dos o tres preguntas simples que una muy compleja.
- Recuerde que las preguntas hipotéticas que trascienden la experiencia del entrevistado suscitan respuestas menos precisas.
- El lenguaje utilizado en las preguntas debe estar adaptado a las características de quien responde, hay que tomar en cuenta su nivel educativo, socioeconómico, palabras que maneja, etc.

Si se toman en cuenta estas sugerencias, se elaborará un buen cuestionario. Sin embargo, siempre es aconsejable elaborar un cuestionario piloto antes de llevar a cabo todo el estudio y modificar las preguntas según las respuestas recibidas (Blaxter *et al*, 2000).

En cuanto a la cantidad de preguntas, y a modo de orientación, Martínez (2002) recomienda que no haya más de 30 preguntas, y que su cumplimentación no tome más de media hora.

3. Redactar un texto introductorio y las instrucciones

Con el fin de motivar a los encuestados, los cuestionarios deben iniciarse con un breve texto que explique el objetivo o propósito del estudio, que haga alusión a lo inestimable de su colaboración y que les agradezca por haberse tomado el tiempo de responder el cuestionario, y que además, aluda a la relevancia del tema de la investigación (León y Montero, 2003; Martínez, 2002; Salkind, 1999).

Además, en este texto introductorio se debe garantizar el anonimato y la confidencialidad de las respuestas. Esto ayuda a ganar la confianza del encuestado y a facilitar que responda con más libertad (León y Montero, 2003; Martínez, 2002).

El *anonimato* significa que es imposible identificar quien ha contestado el cuestionario, y la *confidencialidad*, que la persona o grupo que hace la investigación, pueden saber quién ha contestado cada cuestionario, pero se garantiza que esa información no se divulgará públicamente por ningún medio (Martínez, 2002). El garantizar que las respuestas son estrictamente confidenciales, es imprescindible cuando las preguntas tocan temas delicados, cosa que suele suceder con muchos cuestionarios (Blaxter *et al*, 2000).

Igualmente, el cuestionario debe contener instrucciones claras y explícitas sobre cómo debe llenarse y devolverse (Hernández *et al*, 2003; Salkind, 1999). Las instrucciones son tan importantes como las preguntas y es necesario que sean claras para los encuestados a quienes van dirigidas (Hernández *et al*, 2003).



Es necesario aclarar al principio del cuestionario cómo se deben contestar las preguntas: escribiendo en el espacio en blanco reservado después de cada pregunta, marcando con una cruz, haciendo un círculo o subrayando la opción que corresponda con su opinión (Martínez, 2002). Estas instrucciones deben ser claras y precisas (Blaxter *et al*, 2000).

4. Diseñar el aspecto formal del cuestionario

Además de aplicar el sentido común y los criterios habituales de una correcta presentación, es recomendable seguir las siguientes sugerencias (Blaxter *et al*, 2000; León y Montero, 2003; Martínez, 2002; Salkind, 1999):

En cuanto a la presentación:

- Las preguntas y el cuestionario deben presentarse en un formato atractivo, profesional y fácil de entender.
- Todas las preguntas y páginas deben estar numeradas claramente.
- Es muy importante que una misma pregunta no quede dividida entre dos páginas.
- Los cuestionarios deben presentarse mecanografiados o impresos, de una manera clara y atractiva y usando una tipografía que sea legible.
- Al final del cuestionario se debe agradecer a los entrevistados e invitarlos a colaborar en el futuro con más comentarios y preguntas.

En cuanto a la longitud:

- El cuestionario debe ser y debe parecer corto. Para ello debe procurar no excederse en el número de preguntas ni ser redundante en los temas. Es útil presentar las preguntas agrupadas por temas y numeradas dentro de cada uno de ellos. El cuestionario parecerá más corto que si las numera todas correlativamente.
- En referencia al número de páginas que debe ocupar un cuestionario, se debe mantener un equilibrio entre estos dos criterios: dejar suficiente espacio para que sea fácil e incluso atractivo de leer y contestar; y ocupar el mínimo de páginas posible para que resulte más económico reproducir el cuestionario.

En cuanto al orden de las preguntas:

- Las preguntas deben estar ordenadas, de las fáciles a las difíciles y de lo general a lo específico. Esto ayuda a que el cuestionario sea y parezca fácil.

En cuanto al formato de las preguntas:

- Se deben incluir transiciones de un tema al siguiente.
- Se deben dar ejemplos si es necesario.

En cuanto al formato de las respuestas:

- Es mejor que las respuestas se señalen siempre de la misma forma a lo largo de todo el cuestionario: con una cruz, trazando un círculo en torno de la respuesta que el entrevistado juzga correcta o bien escribiendo en el espacio corencuestado.

En cuanto al tipo de aplicación:

- Si envía los cuestionarios por correo, adjunte una carta con sus datos personales, los objetivos de la encuesta y la dirección o el número telefónico de contacto.
- Si los cuestionarios se completan por teléfono o en una entrevista personal, preséntese primero, dé la dirección o el número de teléfono de contacto, en caso de que se lo pidan, y prepárese para responder a cuanto le pregunten sobre el cuestionario.



En cuanto a la precodificación:

- Cuando se utilizan preguntas cerradas, es posible codificar de antemano las alternativas de respuesta (asignándoles un valor numérico), e incluir esta precodificación en el cuestionario. Esto permite agilizar el procesamiento de los datos.

Ejemplos de diferentes tipos de preguntas

A continuación se encuentran ejemplos de los diversos tipos de preguntas que pueden incluirse dentro de un cuestionario (Hernández *et al*, 2003; León y Montero, 2003; Martínez, 2002):

Preguntas abiertas:

- Escribe a continuación las nuevas profesiones que conozcas:

- ¿Por qué asiste a psicoterapia?

- ¿Qué opina del programa de televisión "Los cazadores"?

- ¿De qué manera la directiva de la empresa ha logrado la cooperación del sindicato para el proyecto de calidad?

Preguntas cerradas (dicotómicas y excluyentes):

- Sexo: ☐ Hombre ☐ Mujer

- ¿Estudia usted actualmente?

(☐) Sí

(☐) No

- ¿Ha tomado alguna vez anfetaminas sin que el médico se las haya recetado?

☐ Sí

☐ No



Preguntas cerradas (varias alternativas de respuesta y excluyentes):

- ¿Cuánta televisión ves los domingos?

- ☐ No veo televisión
- ☐ Menos de una hora
- ☐ 1 o 2 horas
- ☐ 3 horas
- ☐ 4 horas
- ☐ 5 horas o más

- ¿Cuál es el puesto que ocupa en su empresa?

- ☐ Director general / Presidente
- ☐ Gerente / Subdirector
- ☐ Subgerente / Superintendente
- ☐ Coordinador
- ☐ Jefe de área
- ☐ Supervisor
- ☐ Empleado
- ☐ Obrero
- ☐ Otro

Pregunta cerrada (no excluyente):

- ¿Qué estudios consideras que son más provechosos para ejercer una nueva profesión?
(puedes elegir más de una opción)

- | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Historia | <input type="checkbox"/> Idiomas |
| <input type="checkbox"/> Física | <input type="checkbox"/> Biología |
| <input type="checkbox"/> Matemáticas | <input type="checkbox"/> Otros |
| <input type="checkbox"/> Literatura | |

- Esta familia tiene: (puedes seleccionar más de una opción)

- ☐ Radio
- ☐ Televisión
- ☐ Teléfono
- ☐ Reproductor de DVD
- ☐ Automóvil o camioneta
- ☐ Ninguno de los anteriores

- De los siguientes servicios que presta la biblioteca, ¿cuál o cuáles utilizaste el semestre anterior? (puedes señalar más de una opción)

- ☐ Consultar algún libro
- ☐ Consultar algún periódico
- ☐ Estudiar
- ☐ Sacar fotocopias
- ☐ Hacer trabajos
- ☐ Otros, especifica: _____



Preguntas cerradas ordinales (excluyentes y ordenadas por intensidad):

- Indica el grado de interés que te producen las nuevas profesiones:

___ Nada ___ Un poco ___ Bastante ___ Mucho

- ¿Cuál es tu grado de acuerdo con quien piensa que las nuevas profesiones están más pensadas para hombres que para mujeres?

___ Nada de acuerdo ___ Un poco ___ Bastante ___ Muy de acuerdo

- ¿Cuál de los siguientes conductores de televisión considera usted el mejor?, ¿cuál en segundo lugar?, ¿cuál en tercer lugar?

___ LEM
___ BCC
___ MME

- Hablemos ahora de la situación de las mujeres en España. ¿Cómo calificaría usted las desigualdades que actualmente existen entre hombres y mujeres en nuestro país?

___ Muy grandes ___ Bastante grandes ___ Pequeñas ___ Casi inexistentes

Preguntas donde debe asignarse un puntaje

- Indique de 1 a 10 el interés que tiene para usted recibir formación en cada uno de los siguientes temas:

___ Administración de sueldos y compensaciones
___ Salud, seguridad e higiene
___ Administración y negociación de contratos
___ Relaciones con sindicatos
___ Habilidades de comunicación ejecutiva
___ Calidad de vida en el trabajo
___ Desarrollo organizacional / innovación
___ Estructura organizacional (tamaño, complejidad, formalización)

- Si usted tuviera una hija adolescente, ¿podría valorar en una escala del 1 al 10 su grado de preocupación respecto a los comportamientos que ahora le voy a citar, entendiendo que el 1 representa el menor grado de preocupación y el 10 el máximo grado de preocupación?

___ Que sacara malas notas
___ Que fumara porros ocasionalmente
___ Que tuviera relaciones sexuales
___ Que formara parte de algún grupo juvenil (*punk, heavy, rock*)
___ Que perteneciera a una secta
___ Que se quedara embarazada
___ Que fuera homosexual

Preguntas donde se anota una cifra

- Edad: ____

- ¿Cuántas casas terminadas existen en el municipio de Aizcorbe? ____



Preguntas donde se le pide al encuestado que se gradúe a sí mismo en una escala

- Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones izquierda y derecha. A continuación encontrará una serie de casillas que van de izquierda a derecha. ¿En qué casilla se colocaría usted?

Izquierda ___ ___ ___ ___ Derecha

Documentación

Blaxter, L., Hughes, C. y Tight, M. (2000) *Cómo se hace una investigación*. Colección Herramientas Universitarias. Barcelona: Gedisa.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2003) *Metodología de la investigación* (3a ed.). México: McGraw-Hill.

León, O. y Montero, I. (2003) *Métodos de investigación en psicología y educación*. (3ª ed.). Madrid: McGraw-Hill.

Martínez, F. (2002) *El cuestionario. Un instrumento para la investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Laertes Psicopedagogía.

Salkind, N.J. (1999) *Métodos de investigación* (3a ed.). México: Prentice-Hall.