

GUIA PARA GENERAR ENCUESTAS EFICIENTES

M. O. Ramírez Lux

7690-18-14490 Universidad Mariano Gálvez

Seminario de Tecnología de Información

mramirez118@miumg.edu.gt

G. M. Escobar Aguilar

7690-20-3975 Universidad Mariano Gálvez

Seminario de Tecnología de Información

gescobaraa3@miumg.edu.gt

W. J. Carrillo Sandoval

7690-21-3740 Universidad Mariano Gálvez

Seminario de Tecnología de Información

wcarrillos1@miumg.edu.gt

Resumen

Este trabajo explora las mejores prácticas para la elaboración eficiente de encuestas, abarcando aspectos clave como la formulación de objetivos, el diseño de preguntas, la selección de la muestra, la validación del instrumento y la interpretación de resultados. Se revisan fuentes académicas y guías metodológicas que contribuyen al desarrollo de encuestas válidas y confiables, tanto en entornos presenciales como digitales.

Palabras clave: encuesta, cuestionarios, validación, datos, investigación

Desarrollo del tema

Las encuestas representan una herramienta fundamental dentro de la investigación cuantitativa, ya que permiten recolectar datos sobre comportamientos, opiniones y características de una población.

Para que una encuesta cumpla su propósito, debe ser diseñada de forma rigurosa y sistemática. Este documento describe los pasos esenciales para elaborar una encuesta eficiente y confiable, considerando estándares de calidad académica.

1. Definir el objetivo de la encuesta: Toda encuesta debe responder a una necesidad clara de información. Según Hernández et al. (2014), el primer paso en una investigación cuantitativa es formular un objetivo específico que guíe la construcción del instrumento.

2. Determinar la población y muestra: Es fundamental establecer a quién se dirigirá la encuesta. Groves et al. (2009) sugieren definir claramente el universo de estudio y aplicar técnicas de muestreo probabilístico o no probabilístico según el diseño de investigación.

3. Redacción de preguntas claras y precisas: Las preguntas deben ser comprensibles, no ambiguas, y alineadas con los objetivos del estudio. Fink (2013) recomienda evitar términos técnicos y usar escalas validadas cuando sea posible.

4. Validación del cuestionario: Para garantizar la validez y confiabilidad del instrumento, se recomienda realizar una prueba piloto. Dillman et al. (2014) enfatizan que las pruebas piloto permiten identificar fallos de comprensión, tiempos de respuesta y mejorar la estructura.

5. Aplicación y recolección de datos: Las encuestas pueden ser administradas en papel, por teléfono, o en línea. El uso de plataformas como Google Forms, SurveyMonkey o LimeSurvey facilita la recolección y organización de datos, especialmente en contextos amplios o remotos.

6. Análisis e interpretación de resultados: El análisis de encuestas requiere herramientas estadísticas que permitan resumir, correlacionar y validar los datos obtenidos. Se recomienda el uso de software como SPSS, Excel o R para facilitar este proceso.

Observaciones y comentarios

El diseño de una encuesta debe priorizar tanto la claridad en las preguntas como la accesibilidad para los participantes. Además, la capacitación de quienes la administran puede influir significativamente en la calidad de los datos recolectados. También se deben tomar en cuenta los aspectos éticos, como el consentimiento informado y la confidencialidad de los datos.

Conclusiones

1. Una encuesta eficiente debe estar alineada con los objetivos de investigación.
2. El diseño debe evitar ambigüedades y sesgos, utilizando preguntas claras y escalas válidas.
3. La validación y prueba piloto son esenciales para asegurar calidad en los datos.
4. La tecnología ofrece herramientas valiosas para aplicar y analizar encuestas de forma práctica y efectiva.

Bibliografía

References

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6. ed.). McGraw-Hill Education.

Fink, A. (2013). *How to conduct surveys: A step-by-step guide* (5. ed.). SAGE Publications.

Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4. ed.). Wiley.

Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E., & Tourangeau, R. (2009). *Survey methodology* (2. ed.). Wiley.