

La Encuesta

Educación Tecnológica

María Gloria Acuña. M.

ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN: LA ENCUESTA.

Hoy en día la palabra "encuesta" se usa más frecuentemente para describir un método de obtener información de una muestra de individuos. Esta "muestra" es usualmente sólo una fracción de la población bajo estudio.

No tan sólo las encuestas tienen una gran variedad de propósitos, sino que también pueden
conducirse de muchas maneras, incluyendo por teléfono, por correo o en persona.

> *Una "encuesta" recoge información de una "muestra." Una "muestra" es usualmente sólo una porción de la población bajo estudio*

Las preguntas pueden ser abiertas ("¿Por qué siente así?"), o cerradas ("¿Aprueba usted o desaprueba?"). Los entrevistadores pueden solicitar al participante que evalúe un candidato político o un producto usando alguna escala, o pueden solicitarle que ordene varias alternativas

Es importante mencionar que es el objetivo de la investigación la que determina el tipo de preguntas a utilizarlas preguntas pueden ser clasificadas de acuerdo a su contenido:

TIPOS DE PREGUNTAS:

Preguntas de identificación: edad, sexo, profesión, nacionalidad, etcétera.

Preguntas de hecho: referidas a acontecimientos concretos. Por ejemplo: ¿terminó la educación básica?

Preguntas de acción: referidas a actividades de los encuestados. Por ejemplo: ¿ha tomado algún curso de capacitación?

Preguntas de información: para conocer los conocimientos del encuestado. Por ejemplo: ¿sabe qué es un hipertexto?

Preguntas de intención: para conocer la intención del encuestado. Por ejemplo: ¿utilizará algún programa de computación para su próxima clase?

Preguntas de opinión: para conocer la opinión del encuestado. Por ejemplo: ¿qué carrera cursarás después de terminar la Enseñanza Media?

Sugerencias para realizar una encuesta:

Las preguntas han de ser pocas (no más de 20).

Las preguntas preferentemente cerradas y numéricas.

Redactar las preguntas con lenguaje sencillo.

Formular las preguntas de forma concreta y precisa.

Evitar utilizar palabras abstractas y ambiguas.

Formular las preguntas de forma neutral.

En las preguntas abiertas no dar ninguna opción alternativa.

No hacer preguntas que obliguen a esfuerzos de memoria.

No hacer preguntas que obliguen a consultar archivos.

No hacer preguntas que obliguen a cálculos numéricos complicados.

No hacer preguntas indiscretas.

Redactar las preguntas de forma personal y directa.}

Redactar las preguntas para que se contesten de forma directa e inequívoca.

Que no levanten prejuicios en los encuestados.

Redactar las preguntas limitadas a una sola idea o referencia.

Evitar preguntas condicionantes que conlleven una carga emocional grande.

Evitar estimular una respuesta condicionada. Es el caso de preguntas que presentan varias respuestas alternativas y una de ellas va unida a un objetivo tan altruista que difícilmente puede uno negarse.

Fases de una encuesta

a.-Formulación del problema

En esta fase se trata de marcar los objetivos que persigue la encuesta

b.-Diseño de la muestra

En este momento hay que decidir qué sector de la población será el entrevistado (niños, estudiantes, jubilados, mujeres, usuarios de un gimnasio, fumadores...)

c.-Selección del tipo de encuesta

Decidirse por un tipo de encuesta u otro dependerá de muchos factores, especialmente relacionados con la disponibilidad de recursos (económicos, materiales y humanos) y de tiempo que se tenga para realizar la investigación.

d.-Diseño del cuestionario

El cuestionario es un listado de preguntas que puede formularse de distintas maneras. A cada pregunta se le ha de asignar un valor para facilitar la codificación o recuento de resultados.

e.- Realización de la encuesta

Esta fase es propiamente trabajo de campo que va a realizar el entrevistador. Ésta es la persona encargada de localizar a los entrevistados, convencerles de que participen en la investigación, leer las preguntas, tomar nota de las respuestas y comprobar que la respuesta se ajuste a los objetivos de la pregunta.

f.- Codificación de las preguntas

Para esta fase suele prepararse una plantilla en el que se hace el recuento de los datos obtenidos en el muestreo y que servirán para analizar los resultados de la entrevista.

g.- Análisis de datos

A la vista de los resultados, hay que realizar un detallado análisis de las respuestas y características de la muestra para llegar a conclusiones.

h.- Redacción de un informe

El proceso finaliza con la redacción de un informe que tienen por objeto difundir los datos obtenidos a través de la técnica de la encuesta. En el informe deben constar los objetivos de que se ha partido, el desarrollo del proceso y las conclusiones obtenidas. Asimismo se adjuntarán como anexos los cuestionarios y la plantillas de codificación, así como

TALLER TIPOS PREGUNTAS ENCUESTA

1.- Preguntas dicotómicas.

Son aquellas preguntas en las cuales el encuestado solamente debe responder con un sí o con un no. Ejemplos de este tipo de preguntas son las siguientes:

¿Usted fuma? Sí___ No___

¿Usted ha visitado Sevilla alguna vez? Sí___ No___

¿Es aficionado al fútbol? Sí___ No___

¿Alguna vez ha utilizado los servicios de TelePizza? Sí___ No___

Cuando algún encuestado no tiene una respuesta definida, o simplemente no quiere responder la pregunta, lo que se acostumbra hacer es apuntar un NS (No Sabe), NR (No Responde) o NC (No Contesta), etc., como indicación que en esa pregunta no hubo una respuesta concreta.

2. Las de selección múltiple:

en donde se presentan una serie de opciones y el encuestado debe elegir entre ellas.

Preguntas de opción múltiple.

Este tipo de preguntas ofrecen una gama mucho mayor de repuestas que las preguntas dicotómicas, y lo que debe hacer el encuestado es indicar la alternativa que exprese su opinión o si es necesario, elegir varios opciones de respuesta, dependiendo de la pregunta realizada. Ejemplos son los siguientes:

En un estudio orientado a conocer los motivos de iniciar una empresa o un emprendimiento, la pregunta podría ser:

¿Cuál es la motivación principal por la que usted se decidió a iniciar su propio negocio?

- Independencia _____
- Ser mi propio jefe _____
- Obtener ingresos _____
- Frustración laboral _____

En una investigación para determinar la preferencia de compra de algún producto “X”, se podría realizar la siguiente pregunta:

¿Cuándo usted compra el producto “X”, cuál de los siguientes criterios considera influye más en su decisión de compra?

- Calidad _____
- Precio _____
- Cantidad _____
- Exclusividad _____

La técnica de almacenamiento óptico hace uso de:

a) material magnético

b) transistores

c) rayo láser

d) cristales

¿Cuánta televisión ve los domingos?

( ) no veo televisión

( ) menos de una hora

( ) una a dos horas

( ) más de dos horas

3.- La jerarquización ;

consiste en pedir al encuestado que coloque delante de cada opción el número que corresponda según la importancia que el le atribuya.

1. Coloque por orden de importancia las actividades que más te gustan:

( ) pintar

( ) jugar fútbol

( ) ver televisión

( ) leer

( ) escuchar música

( ) navegar por Internet

4.- Las de estimación;

las cuales introducen un mismo grado de intensidad para el mismo ítem (suele utilizarse en las escalas).

¿El trabajo en equipo

es muy útil? Si A veces No

¿Qué opina usted de los cambios introducidos en el nuevo reglamento?

1. Excelente.
2. Buenos.
3. Regulares.
4. Deficientes.
5. Muy deficientes.

5.- Preguntas con respuesta a escala.

Con este tipo de preguntas se pretende medir el grado de intensidad o sentimiento respecto a una característica o variable a medir; generalmente se les conoce como escalas de medición de actitudes, y una de las más usuales es la Escala Tipo Likert.

El ejemplo clásico lo podemos ver a continuación:

Muy de acuerdo

Más bien de acuerdo

Indiferente

Más bien en desacuerdo

Muy en desacuerdo

TABULAR

Se usa en estadística.

Los resultados de una estadística suelen ser: El tanto % de tal cosa dijo, o es etc...

Esos resultados se obtienen mediante un proceso que se llama tabulación, y consiste en contar los resultados iguales (o similares) y luego aplicar la formula de porcentaje para saber cuanto corresponde a cada respuesta.