



EXPLORABLE
Think Outside The Box

Publicado en *Explorable.com* (<https://explorable.com>)

[Inicio](#) > Diseño de investigación de una encuesta

Diseño de investigación de una encuesta

Martyn Shuttleworth 40.5K visitas

El diseño de investigación de una encuesta es generalmente utilizado por el bajo costo y por la información de fácil acceso.

EXPLORABLE
Quiz Time!

Quiz: Psychology 101 Part 2

Quiz: Psychology 101 Part 2

Quiz: Flags in Europe

[See all quizzes =>](#)

Introducción

Llevar a cabo encuestas que sean precisas y tengan valor constituye uno de los aspectos más importantes del estudio de mercado en este siglo 21 dirigido por el consumismo.

Las empresas, los gobiernos y los medios de comunicación gastan miles de millones de dólares en descubrir qué piensan y qué sienten las personas.

Una investigación correcta puede generar grandes ingresos. Por el contrario, una investigación mala o incorrecta puede costar millones o incluso derrocar gobiernos.

El diseño de investigación de una encuesta constituye una herramienta muy valiosa para evaluar opiniones y tendencias. Incluso a menor escala, como en el caso de un gobierno regional o de pequeñas empresas, juzgar la opinión por medio de encuestas cuidadosamente diseñadas puede cambiar radicalmente las estrategias.

Los programas de entrevistas y los periódicos suelen estar llenos de hechos y cifras extraídas de encuestas, pero generalmente no se da a conocer el origen de la información ni a qué tipo de personas se encuestó.

Por lo general, un análisis rápido de estas cifras muestra que los resultados de estas encuestas son manipulados o filtrados cuidadosamente, tratando de distorcionar los resultados para que coincidan con los caprichos de los propietarios.

A menudo, las empresas son culpables de seleccionar cuidadosamente algunos resultados para tratar de presentarse como la respuesta a todas las necesidades.

Cuando decides entrar en este campo minado para diseñar una encuesta, ¿cómo evitas caer en la trampa de la falta de precisión y el sesgo [1]? ¿Cómo te aseguras de que el diseño de investigación de la encuesta refleje los puntos de vista de una verdadera muestra representativa [2] de la población?

La respuesta es simplemente que esto no es posible. Aunque cuentes con un presupuesto, tiempo y recursos ilimitados no hay manera de alcanzar el 100% de precisión. Las opiniones, en todos los niveles, son muy fluidas y pueden cambiar día a día o incluso a cada hora.



Sin embargo, las encuestas siguen siendo una herramienta fuerte y pueden ser una herramienta de investigación sumamente poderosa. Mientras que diseñes tu encuesta correctamente y estés preparado para ser autocrítico, puedes lograr una representación precisa de la opinión.

Establecimiento de los objetivos de tu investigación

Este es el paso más importante de tu diseño de investigación de una encuesta y puede hacer que tu investigación sea un éxito o un fracaso. Cada elemento de la encuesta debe hacer referencia a este diseño. De lo contrario, será fatalmente defectuosa.

Si la investigación es demasiado amplia, tendrás que hacer demasiadas preguntas [3] y no lograrás investigar el tema lo suficientemente bien.

Investigación y determinación de tu grupo de muestra

Este es el siguiente paso decisivo en la determinación de tu encuesta y depende de muchos factores.

El primero es la precisión. Deseas tratar de entrevistar a la más amplia base posible de personas. La cantidad no siempre es la respuesta. Si estuvieras investigando sobre un detergente, por ejemplo, querrías orientar tus preguntas hacia los que realmente utilizan este tipo de productos.

En el caso de una encuesta política o ética, sobre la que todo el mundo puede tener una opinión válida, debes tratar de lograr una muestra representativa [2] equilibrada de la sociedad.

Siempre conviene verificar de antemano qué cantidad y amplitud de respuesta debes ofrecer para obtener resultados significativos [4] o todo tu trabajo podrá ser en vano.

Antes de comenzar la planificación, es importante consultar a alguien sobre el lado estadístico [5] de tu diseño de investigación de una encuesta. De esta manera, podrás saber la cantidad y el tipo de respuestas que necesitas para lograr una encuesta válida y evitar resultados inexactos.

Metodología

¿Cómo te aseguras que tu cuestionario llegue al grupo objetivo? Existen muchas maneras de llegar a la gente, aunque todas tienen ventajas y desventajas.

En el caso de un estudio universitario, es poco probable que cuentes con los medios para realizar una encuesta por internet, por correo electrónico o por teléfono. Por lo tanto, nos concentraremos sólo en los métodos que probablemente utilizarás.

Cara a Cara

Este probablemente sea el método más tradicional de diseño de investigación de una encuesta. Puede ser muy preciso. Te permite seleccionar quién será el destinatario de tus preguntas y podrás explicarle lo que no entienda.

Asimismo, podrás determinar quién te está haciendo perder el tiempo o te está dando respuestas inservibles.

Con este enfoque, deberás tener cuidado con algunas cosas. En primer lugar, las personas pueden ser reacias a dedicarte tiempo sin ningún tipo de incentivo.

Otro factor a tener en cuenta es que es difícil hacer preguntas personales a la cara de las personas sin que sientan vergüenza. También lleva mucho tiempo y es difícil lograr una muestra representativa.

Por último, si vas a hacer preguntas puerta por puerta, es importante que tengas alguna clase de identificación oficial para demostrar quién eres.

Correo

Esto no significa necesariamente utilizar los servicios postales. Ponerse en marcha y repartir los cuestionarios por toda la universidad o el lugar de trabajo es otro método.

Esta es una buena manera de apuntar a un determinado sector de la población y es excelente si necesitas hacer preguntas personales o potencialmente vergonzosas.

El problema que tiene este método es que no sabrás cuántas respuestas tendrás hasta que haya transcurrido un largo período de tiempo.

También debes tener cuidado con los datos personales. La mayoría de los países tiene leyes sobre la cantidad de información que puedes recolectar sobre las personas, por lo que es aconsejable consultar con alguien que entienda del tema.

Estructuración y diseño del cuestionario

El diseño del cuestionario depende en gran medida del tipo de encuesta y del público objetivo.

Si realizas las preguntas personalmente, es fácil explicar si la gente no está segura de una pregunta. Por otro lado, si tu cuestionario va a incluir muchas preguntas personales entonces es preferible optar por los métodos de correo (pero podrían violar la legislación local).

Tu cuestionario debe ser lo más breve posible. La gente se negará a llenar un cuestionario largo o se aburrirá antes de terminarlo.

Si incluyes demasiada información, entonces puede ser mejor ofrecer preguntas de opción múltiple o de calificación para hacerlo más fácil.

Nota explicativa

También es cortés, especialmente en los cuestionarios enviados por correo, enviar una breve nota explicando lo que estás haciendo y cómo tiene que devolvarte la encuesta la persona.

Debes presentarte, explicar por qué estás realizando la investigación, qué sucederá con los resultados y a quién contactar si el sujeto tiene dudas.

Tipos de preguntas

Las preguntas de opción múltiple permiten muchas respuestas diferentes, entre ellas no sé, para ser evaluadas. La principal ventaja de este tipo de preguntas es que el formulario es fácil de completar y las respuestas pueden ser verificadas con facilidad y cuantitativamente [6]. Es útil para grupos de muestra grandes.

La calificación, en alguna escala, es una forma probada de estructura de preguntas. Es muy útil cuando deseas ser un poco más abierto que en el caso de preguntas de opción múltiple, aunque se hace un poco más difícil analizar las respuestas. Es importante que te asegures de que la escala permita opiniones extremas.

Las preguntas que piden opiniones deben ser abiertas y permitir que el sujeto brinde su propia respuesta. Debes evitar la inducción y debes parecer lo más neutral posible durante el procedimiento. El principal problema es que debes elaborar una forma numérica de analizar y evaluar estadísticamente las respuestas que pueden dar lugar a una visión sesgada [1] si no eres cuidadoso. Este tipo de preguntas deberían estar utilizadas únicamente por investigadores experimentados.

El orden en el que se hacen las preguntas es importante. Trata de comenzar con las preguntas más relevantes. Asimismo, las preguntas amistosas y no intimidatorias hacen que el entrevistado se sienta cómodo. Las preguntas deben ser sencillas y directas, con un lenguaje cotidiano en lugar de una gramática perfecta.

Intenta agrupar las preguntas que tengan temas similares. Esto hace que las personas respondan con mayor rapidez y facilidad.

Algunos investigadores prefieren mezclar y aleatorizar las preguntas para lograr mayor precisión, pero este enfoque suele ser más apropiado para investigaciones de mercado avanzadas. Para este tipo de encuestas, el investigador está tratando de disfrazar la naturaleza de la investigación y filtrar ideas preconcebidas.

Asimismo, realizar una encuesta de prueba es una buena idea. Pídele a un pequeño grupo de personas que te brinde una opinión sincera y honesta para que puedas realizar los ajustes necesarios.

Errores comunes en el diseño de investigación de una encuesta.

Análisis de tus resultados

Aquí comienza la diversión y dependerá del tipo de preguntas utilizadas.

En el caso de preguntas de opción múltiple, se trata de contar las respuestas a cada pregunta y utilizar estadísticas [5] para "hacer las cuentas" y probar la relevancia.

Las preguntas de calificación requieren un poco más de trabajo pero en líneas generales siguen el mismo principio.

En el caso de las preguntas de opinión, debes elaborar alguna manera de juzgar numéricamente las respuestas.

El siguiente paso es idear qué prueba estadística utilizarás y comenzar a introducir algunos números para juzgar la relevancia de tu información.

Conclusiones

Aquí es donde debes analizar los resultados. Sé autocrítico, ya sea que los resultados muestren o no lo que esperabas. Toda encuesta tiene defectos en su método, por lo tanto, es una buena idea mostrar que eres consciente de ellos.

Por ejemplo, una universidad constituye sólo una pequeña muestra representativa de la sociedad. Mientras que lo recuerdes, tus resultados serán válidos. Si tu encuesta arrojó resultados inesperados, explica las posibles razones de por qué sucedió esto y brinda sugerencias para mejorar las técnicas y la estructura de tu encuesta para el futuro.

Mientras que te hayas justificado y hayas reconocido tus propias deficiencias, tus resultados serán relevantes y deberías obtener un buen resultado.

Fuente URL: <https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-de-una-encuesta>

Enlaces

- [1] <https://explorable.com/es/sesgo-de-investigacion>
- [2] <https://explorable.com/es/estudio-transversal>
- [3] <https://explorable.com/es/definicion-de-un-problema-de-investigacion>
- [4] <https://explorable.com/statistically-significant-results>
- [5] <https://explorable.com/es/tutorial-de-estadistica>
- [6] <https://explorable.com/es/disenio-de-la-investigacion-cuantitativa>