

Cómo hacer un cuestionario

Ana Isabel Álvarez, Ph.D.

Coordinadora de Iniciativas Estudiantiles



Objetivos

- Discutir los usos
- Fortalezas y limitaciones
- Tipos de enfoques
- Pasos de proceso del diseño
- Estrategias de distribución

Usos

- Amplio, frecuente y común
- Entidades gubernamentales
 - Censo
- Partidos políticos
- Medios de comunicación masivos
- Empresas
- Académicos e investigadores

Fortalezas y Limitaciones

- Permite recopilación de grupos grandes en relativamente poco tiempo
- Permite recopilación de muchos datos en poco tiempo
- La vida de los datos es corta – sensitivos al paso de tiempo

Enfoques

- Cuestionarios descriptivos
 - Características de participantes
 - Una recopilación de datos
- Cuestionarios transversales
 - Estudiar varios grupos en un momento dado
 - Comparar grupos
- Cuestionarios longitudinales
 - Estudiar un grupo o cohorte en distintos momentos

Diseño

- Establecer el tema y propósito
- Revisión de la literatura
 - Si se ha hecho antes
 - Si se ha hecho,
 - Está en el idioma que se va a utilizar
 - Ha sido validado con población
 - Ventajas de usar cuestionarios que han sido utilizados previamente por otros
 - Autorización - derechos de autor

Diseño (cont.)

- Hacer su propio cuestionario
 - Qué preguntar
 - Por qué de cada pregunta – ítem o reactivo
 - Preguntas cerradas y abiertas
 - Preguntas a partir de la literatura
 - Preguntas a partir de grupos focales con la misma población
 - Preguntas psicológicamente amenazantes
 - Deseabilidad social

Diseño (cont.)

- Características deseables de los ítems
 - Oraciones breves y simple
 - Preguntar una sólo cosa en cada ítem
 - Usar lenguaje sencillo y claro
 - Evitar articulación negativa
 - Evitar lenguaje especializado o jerga a menos que sea la de la población
 - Evite preguntas sesgadas
 - Palabras clave – definición y énfasis

Diseño (cont.)

- Formato
 - Apariencia - atractivo y organizado
 - Identificación de afiliación de quien hace el cuestionario
 - Enumere páginas, secciones e ítems
 - Ofrezca instrucciones claras, sencillas
 - Ofrezca ejemplos en las instrucciones
 - Organice las secciones e ítems de forma lógica
 - Comience con información demográfica si la necesita

Diseño (cont.)

- Orden lógico
 - Información demográfica
 - Preguntas conductuales no amenazantes
 - Preguntas conductuales amenazantes
 - Preguntas de conocimiento
 - Preguntas de actitudes

Diseño (cont.)

- Formato (cont.)
 - Comience con ítems interesantes y no amenazantes
 - No deje los ítems más importantes para el final
 - Evite la palabra cuestionario en él

Estudio piloto

- Ensayo general – hacer ajustes y correcciones
 - Misma población
 - Mismo procedimiento
- Insumo sobre la experiencia de hacer el cuestionario
 - Pedir comentarios escritos
 - Hacer grupo focal
- Análisis- añada, cambie y elimine
- ¿Obtuvo la información que busca?

Estrategias de distribución

- Correo
 - Más económica, menor tasa de respuesta, no puede profundizar ni conocer el contexto
- Teléfono
 - Segunda en economía, no puede ver conducta no-verbal ni contexto, excluye a quienes no tienen tel.
- Entrevista cara a cara
 - Más costosa, puede profundizar, conocer contexto y ver conducta no-verbal, mayor tasa de respuesta
- Computadora – excluye a quienes no tienen acceso

Factores que afectan la tasa de respuesta

- Estrategia de distribución
- Nivel educativo de la población
- Calidad del adiestramiento de los entrevistadores si es cara a cara
- Tipo de tema – sensibilidad – relacionados a la privacidad de la persona

Olas de distribución

- Combinar estrategias de distribución
- Primera ola – correo
- Segunda ola – correo
- Tercera ola – teléfono
- Cuarta ola- Cara a cara

- Uso de incentivos

Pasos para distribución en instituciones

- Carta de intención
- Reunión con gerenciales
- Consentimiento institucional por escrito
- Consentimiento individual

Traducción

- Traducción “back to back”
 - Del idioma original al segundo idioma por traductor 1
 - Del segundo idioma al original por traductor 2
 - Comparación de ambas traducciones e identificación de discrepancias
 - Discusión y acuerdo entre traductores

Asuntos importantes de entrevistas cara a cara

- “rapport”
- ¿Quién debe entrevistar a quién?

PREGUNTAS